

EU:N YLEINEN TIETOSUOJA-ASETUS:
MITEN ASETUS VAIKUTTAA HENKILÖTIETOJEN
KÄSITTELYYN MARKKINOINNISSA

Susanna Jokinen
Maisteritutkielma
Oikeusinformatiikka
Oikeustieteiden tiedekunta
Lapin yliopisto
2019
Professori Rauno Korhonen

TIIVISTELMÄ

Lapin yliopisto, oikeustieteiden tiedekunta

Työn nimi: EU:n yleinen tietosuoja-asetus: Miten asetus vaikuttaa henkilötietojen käsittelyyn markkinoinnissa.

Tekijä: Susanna Jokinen

Oppiaine: Oikeusinformatiikka

Työn laji: Tutkielma_X

Sivumäärä: XIV-81

Vuosi: Talvi 2019

Tiivistelmä:

25.5.2018 tuli sovellettavaksi kaikissa EU:n jäsenvaltioissa EU:n yleinen tietosuoja-asetus, kun kahden vuoden siirtymäaika päättyi.

Tutkielmassa tutkitaan tietosuoja-asetuksen vaikutusta henkilötietojen käsittelyyn markkinoinnissa. Tutkielmassa haetaan vastausta siihen, miten henkilötietoja saa käyttää yritysten markkinointiin ja millä perusteella.

Tutkielmassa tutkitaan myös henkilötiedon määritelmää markkinoinnin näkökulmasta. Mikä on henkilötieto ja onko sen määritelmä selkeä?

Tutkimustuloksena on, että tietosuoja-asetuksessa on nimenomaisesti mainittu, että henkilötietojen käsittely suoramarkkinointitarkoituksessa voidaan katsoa oikeutetun edun piiriin kuuluvaksi. Rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välillä täytyy olla merkityksellinen ja asianmukainen suhde.

Tieto saa henkilötiedon luonteen silloin, kun se eri tietojen kanssa yhdistettynä kuvaa yksilöä niin, että hän on tunnistettavissa ja tieto on kiinnitettynä jollekin alustalle.

Tutkielman teoreettinen lähestymistapa on oikeusdogmaattinen lähestymistapa. Tutkielma kuuluu pääosin oikeusinformatiikan oikeudenalaan, mutta myös persoonallisuus oikeuden oikeudenalaan.

Avainsanat: EU:n yleinen tietosuoja-asetus, tietosuojalainsäädäntö, henkilötieto, henkilötietojen käsittely, henkilötietosuoja, tietosuoja, oikeutettu etu, suoramarkkinointi.

Suostun tutkielman luovuttamiseen Rovaniemen hovioikeuden käyttöön: X

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi: X

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi: X

SISÄLLYS

LÄHTEET

LYHENTEET

1	JOHDANTO	2
2	TUTKIMUSAIHEEN JA METODIEN ESITTELY	5
2.1	Tutkimuksen kohde	5
2.2	Tutkimuksen ala	6
2.3	Tutkimuksen metodit, oikeuslähteet ja tulkintaperusteet.....	9
2.3.1	Lainoppi	9
2.3.2	Oikeuslähdeoppi.....	10
2.3.3	Tulkintaperusteet	13
2.4	Tieteellisen tutkimuksen kriteerit	16
2.5	Tutkimuksen rakenne	17
3	TIETOSUOJAN KEHITYS SUOMESSA.....	18
3.1	Tietosuojaalainsäädännöstä EU:n tietosuoja-asetukseen.....	18
3.2	EU:n yleinen tietosuoja-asetus.....	21
3.3	EU:n tietosuoja-asetuksen tuomat muutokset	24
4	KESKEISET KÄSITTEET	26
4.1	Käsitteiden merkitys.....	26
4.2	Henkilötietojen suoja ja tietosuoja	26
4.3	Tietoturva	27
4.4	Henkilötietojen käsittely	28
4.5	Henkilötieto.....	28
4.6	Henkilörekisteri	30
4.7	Rekisteröity	31
4.8	Rekisterinpitäjä	31
4.9	Rekisteriseloste	32
5	KÄSITTELYN VASTUUT JA VELVOLLISUUDET.....	33
5.1	Henkilötietojen käsittelyn periaatteet	33
5.2	Rekisterinpitäjän velvollisuudet	35
5.3	Rekisteröidyn oikeudet	39
5.4	Profilointi.....	41
6	SUORAMARKKINOINNIN PERUSTE: OIKEUTETTU ETU	44
6.1	Määritelmä.....	44

6.1	Intressipunninta	45
7	MARKKINOINTI JA HENKILÖTIEDOT	48
7.1	Markkinointi käsitteenä ja keskeisin lainsäädäntö.....	48
7.2	Henkilötietojen käsittely markkinoinnissa	52
7.2.1	Säädöksen hierarkia	53
7.2.2	Nykyisten asiakkaiden henkilötietojen käsittely	54
7.2.3	Potentiaalisten asiakkaiden henkilötietojen käsittely	55
7.2.4	Rekisterin tietosisältö	57
7.3	Sähköinen- ja perinteinen suoramarkkinointi	58
7.3.1	Perinteinen suoramarkkinointi.....	59
7.3.2	Sähköinen suoramarkkinointi.....	59
7.3.3	Sähköisen suoramarkkinointiviestin sisältö ja ulkoasu.....	61
7.3.4	Ennakkosuostumus sähköisessä suoramarkkinoinnissa	62
7.3.5	Ennakkosuostumuksen sisältö.....	62
7.3.6	Suoramarkkinointi ilman ennakkosuostumusta	63
7.3.7	Suoramarkkinoinnin ja asiakasviestinnän erot.....	66
7.4	Kerro kaverille toiminto	68
8	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	69
8.1	Tutkielman tavoite	69
8.2	Milloin henkilötietoja saa käsitellä markkinointitarkoituksessa.....	71
8.3	Henkilötietojen käsittely markkinoinnissa	75
8.4	Henkilötietojen käsittely ilman ennakkosuostumusta	77
8.5	Ristiriita Tietosuojavaltuutetun näkemyksen kanssa	77
8.6	Henkilötieto.....	79
8.7	Suoramarkkinointirekisteri.....	80
8.8	Säätelyn tulevaisuus.....	80

LÄHTEET

Kirjallisuus

Aarnio, Aulis: Luentoja lainopillisen tutkimuksen teoriasta. Helsingin yliopiston oikeustieteellisen tiedekunnan julkaisuja. Helsinki 2011.

Aarnio, Aulis: Oikeudellisen ajattelun perusteista. Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja A-sarja N:o 93. Vammala 1971.

Aarnio, Aulis: Oikeutta etsimässä erään matkan kuvaus. Viro 2014.

Bergström, Seija - Leppänen, Arja: Yrityksen asiakasmarkkinointi. 17 painos. Helsinki 2016.

Bygrave, Lee A: Data Protection Law. Approaching its Rationale, Logic and Limits. Kluwer Law International 2002.

Eco, Umberto: Oppineisuuden osoittaminen eli miten tutkielma tehdään. Italialainen alkuteos. Suomentanut Pia Mänttari 2.painos. Hämeenlinna 1990.

Feiler, Lukas - Forgó, Nikolaus - Weigl, Michaela: The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A Commentary. Globe Law and Business Ltd. Kindle Edition. 2018. (Feiler ym. 2018)

Greenstein, Stanley: Our Humanity Exposed. Predictive Modelling in a Legal Context. Stockholm 2017.

Guerrier, Claudine: Security and Privacy in the Digital Era. John Wiley & Sons, Incorporated 2016.

Hanninen, Minna – Laine, Elli – Rantala, Kati – Rusi, Mari – Varhela, Markku: Henkilötietojen käsittely – EU-tietosuoja-asetuksen vaatimukset. Vantaa 2017. (Hanninen ym. 2017)

Helopuro, Sanna – Perttula, Juha – Ristola, Juhapekka: Sähköisen viestinnän tietosuoja. Jyväskylä 2004. (Helopuro ym. 2004)

Hirvinen, Ari: Oikeuden ja lainkäytön teoria. Helsinki 2012.

Hoikka, Mikko - Neuvonen, Riku - Rautiainen, Pauli: Viestintämarkkinaoikeus. Viestintämarkkinalainsäädännön ajantasainen kommentaari. Hansaprint Oy 2016. (Hoikka ym. 2016)

Husa, Jaakko – Mutanen, Anu – Pohjolainen, Teuvo: Kirjoitetaan juridiikkaa. 2., uudistettu painos. Tampere 2008. (Husa ym. 2008)

Lindfors, Heidi (toim.): Empiirinen tutkimus oikeustieteessä. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimustiedonantoja 64. Helsinki 2004.

Kananen, Jorma. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Juvenes Print 2017.

Kemppinen, Jukka: Informaatio-oikeuden alkeet. Tallinna 2011.

Koivumäki, Elina – Häkkänen, Petteri: Markkinointijuridiikka 2017. Porvoo 2017.

Koivumäki, Elina – Häkkänen, Petteri: Markkinointijuridiikka 2018. Porvoo 2018.

Korhonen, Rauno: Perusrekisterit ja tietosuoja. Helsinki 2003.

- Korhonen, Rauno*: Sähköinen asiointi ja viestintä. Teoksessa: Tomi Tuominen (toim.) Oikeus tänään, 2 uudistettu painos. Rovaniemi: Lapin yliopiston oikeustieteellisiä julkaisuja sarja C 62 2014. s. 17-127.
- Korhonen, Rauno*: Sähköinen asiointi ja viestintä julkisella sektorilla. Teoksessa: Marja-Leena Niemi (toim.) Oikeus tänään, osa I. Lapin yliopiston oikeustieteellisiä julkaisuja sarja C 64. Bookwell Oy 2016. s. 274-379.
- Miettinen T. (toim.):* Oikeustieteellinen opinnäyte. Artikkeleita oikeustieteellisten opinnäytteiden vaatimuksista, metodista ja arvostelusta. Edilex 2016.
- Nangla, Ashish and Sharma, Ajay*. Privacy & GDPR for Digital Platforms. Kindle Edition 2018. (Nangla ym. 2018)
- Neuvonen Riku*: Viestintä- ja informaatio-oikeuden perusteet. Viro 2013.
- Paloranta, Paula*: Markkinointioikeus käytännössä. Tampere 2008.
- Paloranta, Paula*: Markkinoinnin etiikka käytännössä. Viro 2014.
- Pesonen, Pirkko*: Yritysviestinnän säännöt. Jyväskylä 2012.
- Pitkänen, Olli - Tiilikka, Päivi - Warmma, Eija*: Henkilötietojen suoja. Helsinki 2014. (Pitkänen ym. 2014)
- Råman, Jari*: Regulating Secure Software Development. Analyzing the potential regulatory solutions for the lack of security in software. Rovaniemi 2016.

Saarenpää, Ahti: Oikeusinformatiikka. Teoksessa: Niemi Marja-Leena (toim.) Oikeus tänään Osa I. 3 uudistettu painos. Rovaniemi: Lapin yliopiston oikeustieteellisiä julkaisuja sarja C 63 2015. s. 17 – 205.

Saarenpää, Ahti: Henkilö- ja persoonallisuus oikeus. Teoksessa: Niemi Marja-Leena (toim.) Oikeus tänään Osa II. 3 uudistettu painos Rovaniemi: Lapin yliopiston oikeustieteellisiä julkaisuja sarja C 63 2015. s. 203 - 391.

Saarenpää, Ahti: Oikeusinformatiikka. Teoksessa: Marja-Leena Niemi (toim.) Oikeus tänään, osa I. Lapin yliopiston oikeustieteellisiä julkaisuja sarja C 64. Bookwell Oy 2016. s. 67-273.

Salminen, Markus. Tietosuoja sähköisessä liiketoiminnassa. Kariston Kirjapaino Oy 2009.

Van Dijk, Jan: The Network Society. 3rd Edition. SAGE Publications Ltd. London 2012.

Voigt, Paul-Von dem Bussche, Axel: The EU General Data Protection Regulation (GDPR) A Practical Guide. Springer 2017.

Kotimaiset virallislähteet ja muu virallisaineisto

Henkilötietolaki (22.4.1999/523)

Tietoyhteiskuntakaari (917/2014)

Tietosuojalaki 1050/2018

Laki tietoyhteiskuntakaaren muuttamisesta (12.1.2018/68/2018)

Laki sähköisen viestinnän palveluista (7.11.2014/917)

Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1061/1978)

Kuluttajansuojalaki (38/1978)

Eduskunta. Eduskunnan vastaus EV 108/2018 vp.

Hallintovaliokunnan mietintö HaVM 13/2018 vp: Hallituksen esitys eduskunnalle EU:n yleistä tietosuojaa-asetusta täydentäväksi lainsäädännöksi.

Hallituksen esitys HE 32/2008 vp: Ehdotus hallituksen esitykseksi Eduskunnalle laiksi kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi.

Hallituksen esitys HE 9/2018 vp: Hallituksen esitys eduskunnalle EU:n yleistä tietosuojaa-asetusta täydentäväksi lainsäädännöksi.

OECD: The OECD Privacy Framework. Alkuperäisversio vuodelta 1980. Päivitetty 2013.

Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen julkaisuja 218.

Kirjoittaja Muttinen, Vesa. Suomalaiset ja henkilötietojen suoja. Kyselytutkimuksen ja viranomaistilastojen tietoja 1990-luvulta ja 2000-luvun alusta. Helsinki 2006.

Perustuslakivaliokunnan lausunto PeVL 14/2018. Hallituksen esitys eduskunnalle EU:n yleistä tietosuojaa-asetusta täydentäväksi lainsäädännöksi (HE 9/2018 vp.).

Tietosuojavaltuutetun toimisto: Uuden tietosuojalainsäädännön soveltaminen alkaa huomenna. Päivitetty 24.5.2018. Saatavissa: https://tietosuoja.fi/artikkeli/-/asset_publisher/uuden-tietosuojalainsaadannon-soveltaminen-alkaa-huomenna (katsottu 9.10.2018-10.12.2018)

Pitkänen, Olli (toim.) Tietosuojasäädösten muutostarve. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 41/2017. Saatavissa: http://tietokayttoon.fi/documents/10616/3866814/41_2017_Tietosuojas%C3%A4%C3%A4d%C3%B6sten+muutostarve/2c4ad983-8d90-480e-9b05-e3de9c9297c4?version=1.1 (katsottu 19.11.2018).

Oikeusministeriö. Mietintöjä ja lausuntoja 35/2017. EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen täytäntöönpanotyöryhmän (TATTI) mietintö. Saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/80098/OMML_35_2017_E_Un_ylein_en_tietosuoja.pdf?sequence=1&isAllowed=y (katsottu 19.11.2018).

Oikeusministeriö. Henkilötietojen suoja koskevan kansallisen lainsäädännön tarkistaminen (TATTI-työryhmä). Hankenumero OM006:00/2016. Toimikausi 17.2.2016-16.2.2018. Saatavilla: <https://oikeusministerio.fi/hare?selectedProjectId=17607> (katsottu 21.11.2018)

Euroopan unionin lähteet

Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01.

Asetuksen 2016/679 mukaista suostumusta koskevat suuntaviivat. Annettu 28.11.2017 ja viimeksi tarkistettu ja hyväksytty 10.04.2018. Saatavissa: <https://tietosuoja.fi/documents/6927448/8316711/Suostumus+fi/bd7605a0-5b37-4379-a681-57ba975a1ae7/Suostumus+fi.pdf> (katsottu 20.11.2018)

Euroopan komissio. Tietosuojatyöryhmä. Asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat suuntaviivat. 17/FI WP260 rev.01. Saatavissa: <https://tietosuoja.fi/documents/6927448/8316711/Läpinäkyvyys+fi/c102605b-e386-4661-9b51-bf427875c8db/Läpinäkyvyys+fi.pdf> (katsottu 22.11.2018)

Euroopan komissio. COM (2017) 10 final. Ehdotus Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus yksityiselämän kunnioittamisesta ja henkilötietojen suojasta sähköisessä viestinnässä ja direktiivin 2002/58/EY kumoamisesta (sähköisen viestinnän tietosuoja-asetus).

Euroopan parlamentti ja neuvosto. Direktiivi (2002/58/EY) henkilötietojen käsittelystä ja yksityisyyden suojasta sähköisen viestinnän alalla. Saatavissa: https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/dir_2002_58_fi.pdf (Katsottu 11.12.2018)

Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus).

Euroopan parlamentti ja neuvosto. Direktiivi (EU) 2016/680, luonnollisten henkilöiden suojelusta toimivaltaisen viranomaisen suorittamassa henkilötietojen käsittelyssä rikosten ennalta estämistä, tutkimista, paljastamista tai rikoksiin liittyviä syytetoimia tai rikosoikeudellisten seuraamusten täytäntöönpanoa varten sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja neuvoston puitepäättöksen 2008/977/YOS kumoamisesta (rikosasioiden tietosuojadirektiivi).

Euroopan komissio. Lehdistötiedote 10.1.2017. Komissio ehdottaa korkeatasoisen yksityisyydensuojan varmistavia sääntöjä kaikkeen sähköiseen viestintään ja päivittää EU:n toimielimiä koskevia tietosuojasääntöjä. Saatavissa: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-16_fi.htm (Katsottu 11.12.2018).

Euroopan unionin perusoikeuskirja (2000/C 364/01)

Internet-lähteet

Aamulehti. Uutiset: Suomessa aloitetaan pian GDPR-tarkastukset, Ruotsissa annetaan jo ensimmäisiä tuomioita -Tietosuoja-asetuksen rikkomisesta voi seurata miljoonien sanktiot. Julkaistu 12.10.2018. Kirjoittaja Jaana Mattila. Saatavissa: <https://www.aamulehti.fi/a/201247973> (Katsottu 18.12.2018)

Adweek. As Legislation Around Data Increases, Marketers Need to Rethink Their Approaches. Stephen Upstone. Julkaistu: 7.11.2018. Saatavissa: <https://www.adweek.com/digital/as-legislation-around-data-increases-marketers-need-to-rethink-their-approaches/> (katsottu 19.12.2018)

BBC News. Facebook's data-sharing deals exposed. 19.12.2018. Saatavissa: https://www.bbc.com/news/technology46618582?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/topics/cwz4lvzgq9gt/data-protection&link_location=live-reporting-story (Katsottu 19.12.2018)

Eduskunta. Tiedotteet: Tietosuojalait hyväksytty. 13.11.2018. Saatavissa: <https://www.eduskunta.fi/FI/tiedotteet/Sivut/Tietosuojalait-hyvaksytty--.aspx> (katsottu 20.11.2018)

European Commission. National Data Protection Authorities. Current list of National Data Protection Authorities, members of the European Data Protection Board. Saatavissa: https://edpb.europa.eu/about-edpb/board/members_en (Katsottu 14.11.2018).

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Kerro kaverille-toiminnossa noudatettavat periaatteet. Laadittu 2008 ja tarkistettu 2015. Saatavilla: <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/aihekohtaiset/kerro-kaverille-toiminnossa-noudatettavat-periaatteet/> (katsottu 23.11.2018)

Oikeusministeriö. Tietosuojalaki täydentäisi EU:n tietosuoja-asetusta. 01.03.2018. Saatavissa: https://oikeusministerio.fi/artikkeli/-/asset_publisher/tietosuojalaki-taydentaisi-eu-n-tietosuoja-asetusta (katsottu 23.11.2018)

Rakennusteollisuus RT ry. Usein kysyttyjä kysymyksiä ja vastauksia tietosuoja-asetuksesta. Anne Hirsiniemi. Saatavissa: <https://www.rakennusteollisuus.fi/Rakennusteollisuus-RT/tietosuoja-asetus/usein-kysytyt-kysymykset/> ja <https://www.rakennusteollisuus.fi/Rakennusteollisuus-RT/tietosuoja-asetus/usein-kysytyt-kysymykset/#kaksitoista> (katsottu 18.12.2018)

Superoffice. GDPR for Marketing: The Definitive Guide for 2019. Steven MacDonald. Julkaistu: 30.10.2018. Saatavilla: <https://www.superoffice.com/blog/gdpr-marketing/> (katsottu 19.12.2018)

*Tietosuojavaltuutetun toimisto. Tietosuoja. Saatavissa: <https://tietosuoja.fi/tietosuoja>
(katsottu 9.10.2018, 13.11.2018, 23.11.2018)*

Oikeuskäytäntöä

EIT Asia C-25/2017

EIT Asia C-210/16

KHO 2018:171

EIT Asia C-131/12

KHO 2018:112

EYT Asia C-101/01

LYHENTEET

EIS	Euroopan Ihmisoikeussopimus
EIT	Euroopan Ihmisoikeustuomioistuin
EU	Euroopan unioni
EUT	Euroopan unionin tuomioistuin
EYT	Euroopan yhteisöjen tuomioistuin
KKO	Korkein oikeus
KHO	Korkein hallinto-oikeus
Käo	Käräjäoikeus
OECD	Organisation for Economic Co- operation and Development
YK	Yhdistyneet kansakunnat

1 JOHDANTO

Internet on mullistanut markkinoiden perinteiset rakenteet. Internet on yksi alusta, joka tarjoaa maailmanlaajuisen infrastruktuurin tietojen jakamiselle.¹

Keskivertokansalainen on rekisteröitynyt satoihin tai jopa tuhansiin tietokantoihin. Hänen liikkeitään rekisteröi koko ajan erilaiset digitaaliset ratkaisut matkapuhelimen paikantamisesta ja julkisen liikenteen elektronisista matkakorteista aina kaupan kassalle saakka, tietäen mitä olet ostanut ja milloin.² Digitalisoituneessa yhteiskunnassa myös henkilötietojen massakäsittely lisääntyy nopeasti, ja se käy myös entistä tärkeämmäksi koskettaen meitä kaikkia.³

Yritykset saavat haltuunsa näistä tietokannoista kuluttajien yhteys- ja muita tietoja, jotka yksityishenkilöä koskevinä ovat henkilötietoja. Tästä syystä yritysten on otettava yritystoiminnassaan huomioon henkilötietojen suoja ja suunniteltava asiakastietojen käyttö sen mukaisesti.⁴ Yritykset tarvitsevat, ja sen vuoksi hankkivat ja keräävät mitä erilaisempia tietoja yritystoimintansa tueksi.⁵

Tietosuojaa koskeva kokonaisuudistus on tarpeen, koska henkilötietoja kerätään yhä enemmän teknologisen kehityksen ja globalisoitumisen myötä. Säättämällä korkeatasoista tietosuojaa kaikissa EU:n jäsenvaltioissa, parannetaan luottamusta verkossa tarjottaviin palveluihin ja siten pystymme hyödyntämään digitaalitalouden tarjoamia mahdollisuuksia.⁶ Digitaalisten sisämarkkinoiden strategia onkin keskeinen tavoite EU:ssa.⁷

¹ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Direktiivi (2002/58/EY) henkilötietojen käsittelystä ja yksityisyyden suojasta sähköisen viestinnän alalla, s.1.

² Van Dijk 2012, s. 124-125. Seurantateknologiaa on joka puolella, lähes jokaisessa järjestelmässä, m itä käytämme päivittäin. On mahdotonta piiloutua tai olla kokonaan tällaisen teknologian ulottumattomissa.

³ Pitkänen 2017, s.7. Digitalisaatiossa käytetään hyväksi internetiä. Internetin tehokkaalle käytölle on mahdollista Sir Tim Berners-Leen kehittämän world wide webin ja hypertekstilinkin vuoksi.

⁴ Pesonen 2012, s. 16.

⁵ Pesonen 2012, s. 14. Liiketoiminta ja päätöksenteko yrityksessä ei ole mahdollista ilman omien ja toisten tietojen käsittelyä. Yrityksessä tarvitaan mitä erilaisempia tietoja liiketoiminnan suunnitteluun, kehittämiseen ja markkinointiin.

⁶ Oikeusministeriö. Tietosuojalaki täydentäisi EU:n tietosuoja-asetusta 2018. Varsinkin vanhempi väestö on arka luottamaan ja käyttämään digitaalisia palveluita. Tämä on heille todellinen vaara, koska lähes kaikki palvelut ovat siirtyneet digitaalisiin tietokantoihin. Tänä päivänä ajanvaraus lääkärille tehdään netissä. Lääkäri kirjoittaa sähköisen reseptin ja apteekissa maksetaan kortilla.

⁷ Euroopan komissio. Lehdistötiedote 10.1.2017. s.1.

Kaikkien toimijoiden yhteinen intressi on edistää ja kehittää yksityisyyden, yksilön vapausoikeuksien sekä informaation vapautta maailmanlaajuisesti.⁸

Euroopan unionin perusoikeuskirjan 7 artiklan mukaan turvataan jokaisen yksityiselämän suoja ja 8 artiklan mukaan jokaisella on oikeus henkilötietojensa suojaan. Artiklan mukaisesti henkilötietojen käsittelyn on oltava asianmukaista, sen on tapahduttava tiettyä ennalta määriteltyä tarkoitusta varten sekä asianomaisen henkilön nimenomaisella suostumuksella tai muun laissa säädetyn oikeuttavan perusteen nojalla. Jokaisella on oikeus tutustua hänestä kerättyihin tietoihin ja saada väärät tai puutteelliset tiedot poistetuksi, korjatuksi tai oikaistuksi. Lisäksi muista viranomaisista riippumaton viranomainen valvoo näiden sääntöjen noudattamista. Tätä kiteyttää mielestäni se perusoikeus, että jokaisen yksityisyyttä on suojattava ja kunnioitettava.⁹

Lain esitöissä todetaan, että yksityisyys ilmenee eri tilanteissa eri tavoin. Yksityisyys on myös oikeutena, suojeltavana oikeushyvinä hyvin suhteellinen asia, joka voi olla alisteinen muille tärkeille yhteiskunnan tavoitteille. Yksityisyyden suoja voidaan pitää yksityiselämän suoja laajempänä kokonaisuutena, johon kuuluu oleellisena osana tietää ja päättää itseään koskevien tietojen käytöstä. Yksilöllä tulisi olla oikeus päättää lainsäädännön rajoissa itseään koskevista asioista (tiedollinen itsemääräämisoikeus).¹⁰ Yksityisyyttä kuvaa myös se, että yksilöllä on oikeus olla yksin, valvonnan ulkopuolella. Paremmin ehkä kiteytyy lauseeseen ”right to be left alone”.¹¹

Informaatio-oikeuden keskeinen tehtävä onkin koota informaatiota koskevia oikeussääntöjä ja periaatteita yhteen, sekä vertaamalla niitä keskenään, helpottaa niiden tulkintaa. Tästä huomataankin, että yksityisyyden suoja ja julkisuusperiaate ovat usein törmäyskurssilla.¹²

⁸ The OECD Privacy Framework 2013, s. 11.

⁹ Guerrier 2016, s. xix; PeVL 14/2018.

¹⁰ Korhonen 2003, s. 75-76. Yksityisyyden suoja ja sen määrittelemisen käsitteenä on aina ollut vaikeaa. Tästä syystä suomalainen lainsäädäntö on pidättäytynyt sen tarkemmasta määrittelystä, vaikka sana yksityisyys usein esiintyykin säädöksissä.

¹¹ Van Dijk 2012, s. 121.

¹² Kempinen 2011, s. 61.

Perusoikeuskirjan 8 artiklaan, jokaisella on oikeus henkilötietojensa suojaan nojaten, on säädetty EU:n tasolla yleinen tietosuoja-asetus suojaamaan henkilötietojemme käsittelyä.¹³

Termi EU:n yleinen tietosuoja-asetus on käännös englanninkielisistä sanoista General Data Protection Regulation (GDPR). Yleensä kun puhutaan EU:n yleisestä tietosuoja-asetuksesta, käytetään lyhennelmää GDPR¹⁴ tai termiä EU:n tietosuoja-asetus. Tietosuoja-asetus on varsin uusi ja siten ajankohtainen aihe käsitellä. Asetus säädettiin ja astui voimaan 25.5.2016 kahden vuoden siirtymäajalla, eli alkaen 25.5.2018 sitä on sovellettava kaikissa EU:n jäsenvaltioissa.

Ensimmäisen langettavan tuomion tietosuoja-asetuksen rikkomisesta on antanut Saksa. Ruotsissa kansallinen laki on myös voimassa ja siellä annetaan nyt ensimmäisiä tuomioita liittyen tietosuoja-asetukseen. Suomessa tietoturvaloukkauksiin liittyviä tarkastuksia ollaan vasta aloittamassa. 25.5.2018 jälkeen tietosuojavaikuttetun toimistoon on tullut 1300 ilmoitusta tietoturvaloukkauksista.¹⁵

¹³ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta. EU:n yleistä tietosuoja-asetusta (General Data Protection Regulation) sovelletaan 25.5.2018 alkaen kaikissa Euroopan unionin jäsenmaissa.

¹⁴ Hanninen ym. 2017, s.11.

¹⁵ Aamulehti 2018.

2 TUTKIMUSAIHEEN JA METODIEN ESITTELY

2.1 Tutkimuksen kohde

Tässä maisteritutkielmassa käsitellään EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen vaikutusta yritysten markkinointiin henkilötietojen käsittelyn osalta. Tutkielmassa verrataan myös muita EU:n tietosuoja-asetuksen tuomia muutoksia Suomessa voimassa olevaan lainsäädäntöön verrattuna. Tutkielmassa haetaan vastausta siihen, miten ja milloin henkilötietoja saa käyttää yritysten markkinointiin ja millä perusteella. Tutkielmassa tutkitaan myös henkilötiedon määritelmää markkinoinnin näkökulmasta. Mikä on henkilötieto ja onko sen määritelmä selkeästi ymmärrettävissä?

Elinkeinoelämän yritysvaikutuksia tutkivassa selvityksessä todettiin, että tietosuoja-asetus on tuonut yrityksiin oikeudellista epävarmuutta. Asetuksessa on täsmentymättömiä termejä sekä asetus sallii laajan kansallisen liikkumavaran. Tästä johtuen moni yritys kokee, että elämme tämän asetuksen osalta täsmentymättömässä oikeustilassa. Yritysten toimintaympäristö koetaan tämän vuoksi vaikeaksi.¹⁶

Valitsin tutkittavan aiheen ja tutkimuskysymyksen puhtaasti itsekkäistä näkökohdista. Aihe on ajankohtainen ja jokaista yrittäjää koskettava. Itsekin yrittäjänä minun tulee tuntea asetus ja sen tuomat vaatimukset henkilötietojen käsittelyssä. Markkinoinnin näkökulma valikoitui siksi, että osana yrittäjyyteen kuuluu omien tuotteiden ja palveluiden markkinointi kuluttajille ja yrityksille. Tässä tutkielmassa keskityn kuitenkin tutkimaan tietosuoja-asetuksen vaikutusta markkinointiin kuluttajille, koska se on tiukemmin säänneltyä.

Kuulun myös Suomen Yrittäjät -järjestön Keski-Suomen osastoon ja Suomen Yrittäjänäisten Keski-Suomen osastoon. Yrittäjäpiireissä tämä EU:n tietosuoja-asetus on ollut kuuma peruna erityisesti viime talvesta lähtien. Henkilötietojen käsittelyssä yrittäjiä kiinnostaa ja pelottaa, että mitä voi enää tehdä rikkomatta EU:n tietosuoja-asetusta, varsinkin kun tietosuoja-loukkaukset on sanktioitu. Varsinkin tämä sanktioilla pelottelu on aiheuttanut aika paljon ihmetystä ja hämmennystä.

¹⁶ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.134.

Asetuksen mukaan hallinnollisen sakon suuruus voi olla tietyissä tilanteissa 10 miljoonaa euroa, tai jos kyseessä on vakavampi rikos, 20 miljoonaa euroa. Jos kyseessä on yritys, voidaan määrätä hallinnollista sakkoa 2% tai 4% edeltävän tilikauden vuotuisesta maailmanlaajuisesta liikevaihdosta.¹⁷

Sanktioista ja vahingonkorvausvelvollisuudesta mainitaan jo 1980 julkaistussa, ja 2013 päivitetystä OECD:n tietosuojasuosituksessa. Näyttäisi sille, että suosituksen ja lainsäädännön konkretian puuttumisen vuoksi on tietosuoja-asetukseen haluttu tuoda sanktio konkreettiselle tasolle.¹⁸

EU:n tietosuoja-asetus astui voimaan 25.5.2016 kahden vuoden siirtymäajalla. Siirtymäaika päättyi 25.5.2018, eli siitä lähtien jokaisen jäsenvaltion tulee sitä soveltaa. Kyseessä on siis ajankohtainen, tuore asetusta ja siihen liittyvää oikeuskäytäntöä odotetaan. Tietosuojasta ja henkilötietojen suojasta löytyy maisteritutkielmia ja väitöskirjoja, mutta en löytänyt yhtään, joka olisi käsitellyt asiaa markkinoinnin näkökulmasta (EU tietosuoja-asetuksen näkökulmasta). Aiheesta löytyy kyllä maisteritutkielmia henkilötietolain näkökulmasta). Tuore, Stanley Greensteinin väitöskirja automaattisesta päätöksenteosta sivuuttaa markkinointia siltä osin, että markkinoinnissa käytetään automaattista päätöksentekoa ja profilointia.

2.2 Tutkimuksen ala

Tutkielma kuuluu pääosin oikeusinformatiikan oikeudenalaan. Oikeusinformatiikka tutkii, kuinka informaatiota eli tietoa hankitaan, käsitellään, muokataan, tallennetaan ja välitetään juridiikassa. Suomalainen arvostettu professori Ahti Saarenpää luonnehtii oikeusinformatiikan käsitettä osuvasti siten, että se on opetus- ja tutkimusala, jossa opetetaan ja tutkitaan oikeuden ja informaation (tiedon) sekä oikeuden ja tietotekniikan välisiä suhteita eri muodoissaan.¹⁹

¹⁷ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.23.

¹⁸ The OECD Privacy Framework 2013, s. 17.

¹⁹ Korhonen 2003, s. 27-28 ja 32; Kemppinen 2011, s. 63. Oikeusinformatiikka on varsin uusi oikeudenala ja alkoi vakiinnuttaa paikkaansa pohjoismaisessa oikeustieteessä 1970-luvun lopulta lähtien. Oikeusinformatiikan synty voidaan kytkeä ensimmäisen nykyaikaisen tietokoneen kehittämisen aikoihin. Ensimmäisiä oikeusinformatiikan uudisraivaajia oli Lee Loevinger.

Automaattinen tietojen käsittely ja tietomassojen digitalisointi on johtanut siihen, että tietoa on koottu moniin erilaisiin rekistereihin ja tiedostoihin, osa tietoverkkoihin ja osa manuaalisiin rekistereihin.²⁰ Informaation näkökulmasta tietoverkkojen tarkastelussa tuo haasteen se, että tietoverkoissa ovat sulautuneet erilaiset toiminnot. Henkilörekisteri voi olla osittain tietoverkoissa, osittain paperisena rekisterinä, julkisista asiakirjoista voidaan antaa tietoa tietoverkoissa ja verkoissa on ääretön määrä kuvia, tekstiä, musiikkia ja videoita.²¹

Tietoverkkojen suurimmat mahdollisuudet, ongelmat ja uhat liittyvätkin siihen, että digitalisoitumisen myötä perinteiset kanavat sulautuvat bittijonoiksi bittiavaruudessa. Tästä seuraa se, että perinteisiä kanavia ja toimintatapoja sääntelevä lainsäädäntö ei välttämättä ole huomionnut tai ennättänyt huomaamaan alati muuttuvaa digitaalista kehitystä. Tämän seurauksena sääntelyssä on päällekkäisyyttä, lomittaisuutta ja jopa ristiriitaisuutta.²²

Oikeusinformatiikasta onkin muodostumassa yksi merkittävimmistä oikeudenaloista, koska elämme digitaalisessa verkkoyhteiskunnassa, joka muuttuu ja kehittyy nopeasti koko ajan.²³

Oikeusinformatiikka on käsitteenä suhteellisen uusi ja se alkoi vakiinnuttaa paikkaansa 1970-luvulla pohjoismaisessa oikeustieteessä. Informaatio-oikeus taas alkoi vasta 1990-luvulla vakiinnuttaa paikkaansa omana oikeudenalanaan niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Tähän on syynä eri alojen voimakas tietoteknistyminen, tietoverkkojen kehittyminen ja käytön laajentuminen, informaatiomarkkinoiden kehitys sekä perus- ja ihmisoikeuksien merkityksen kasvu viime vuosina.²⁴

Varsinkin Euroopan unioni on omalta osaltaan kiihdyttänyt informaatio-oikeudellisen sääntelyn kehitystä, koska digitalisaatio on tullut jäädäkseen. Lähes kaikki toiminnot yhteiskunnassa ovat riippuvaisia digitaalisesta ympäristöstä ja siitä tiedosta, mitä sieltä voi saada, varsinkin kaupalliset toimijat.²⁵

²⁰ Pesonen 2012, s. 14.

²¹ Neuvonen 2013, s.133-134.

²² Neuvonen 2013, s.133-134.

²³ Saarenpää oikeusinformatiikka 2015, s.17.

²⁴ Korhonen 2003, s. 26-27; s. 32.

²⁵ Korhonen 2003, s. 32 ja Guerrier 2016, s. viii-x.

Tiedolla eli informaatiolla käydään kauppaa ja sen edelleen myyminen ja välittäminen on halpaa. Monesti tiedosta ei olla edes valmiita maksamaan mitään. Tiedon laitton varastaminen ja kopiointi ei maksa mitään, ja se on helppoa.²⁶

Informaatiota on myös henkilötiedot. Henkilötietojen suoja kuuluu taas personallisuus oikeuden piiriin. Vastaavasti henkilötietojen suojaa sääntelevä tietosuojalainsäädäntö (EU:n tietosuojasetus) taas kuuluu oikeusinformatiikan piiriin.²⁷

Tutkielmassani tutkitaan nimenomaisesti henkilötietojen käsittelyä uuden asetuksen mukaan, joten tutkielma kuuluu oikeusinformatiikan lisäksi myös persoonallisuus oikeuden alaan.

Demokraattisessa yhteiskunnassa yksilö nauttii itsemääräämisoikeutensa nojalla yksityisyydestä. Yksilöön ja hänen yksityisyyteensä kohdistuva tiedon kokoaminen on sallittua vain lainsäädännön tämän erikseen perustellusti salliessa. Jokaisella on muutoin oikeus pysytellä erilaisten valta- ja valvontajärjestelmien ulottumattomissa.²⁸ Tätä tukee myös lainsäädäntö. Rikoslaisissa rankaistaan yksityiselämää koskevan tiedon levittämisestä.²⁹ Samoin EU:n tietosuojasetuksessa tietosuojaloukkaus on sanktioitu. Eri asia on, että oman yksityisyytensä voi myydä ja sillä voi käydä kauppaa. Kun kauppa on kerran tehty, sitä ei voi enää perua. Tämän jälkeen esim. julkisuuden henkilö ei enää voi vedota lain suojaan, jos on itse antanut haastattelun omasta yksityiselämästään esim. iltapäivälehdelle.³⁰

Persoonallisuus oikeuden tutkimuksen alaa on juurikin intimateettisuoja, salassapito, yksityisyys, yksityiselämän suoja ja itsemääräämisoikeus. Tarkastelun kohteena ovat yksilön oikeudet ja hänen suojakseen tarkoitetut suojasäännökset. Avainsanoja ovatkin itsemääräämisoikeus, yksityisyys, tasa-arvo ja tietosuojat³¹, aivan kuten informaatio-oikeudessakin.

²⁶ Råman 2016, 103.

²⁷ Saarenpää 2016, s.75.

²⁸ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.328.

²⁹ Kemppinen 2011, s.155.

³⁰ Kemppinen 2011, s.158.

³¹ Korhonen 2003, s. 72-73. Rauno Korhonen mieltää henkilö- ja persoonallisuus oikeuden toistensa synonyymeina mutta toteaa, että tämä ei välttämättä ole oikeustieteilijöiden keskuudessa vallitseva ja laajemmin hyväksytty näkökanta. Itse en tästä lähde esittämään mielipidettä, koska se vaatisi syvällisempää aihepiirin tutkiskelua.

2.3 Tutkimuksen metodit, oikeuslähteet ja tulkintaperusteet

2.3.1 Lainoppi

Oikeustieteellisen tutkimuksen vanhin ja merkittävin tutkimusmenetelmä on lainoppi. Tästä syystä on varmaan luonnollista, että suurin osa oikeustieteellisistä tutkimuksista on lainoppia³², niin tämäkin maisteritutkielma.

Tämän tutkielman teoreettinen lähestymistapa on normatiivinen oikeustiede eli lainoppi, mitä kutsutaan myös oikeusdogmaattiseksi lähestymistavaksi. Oikeusdogmaattisen lähestymistavan keskeinen tehtävä on oikeussäännösten³³ sisällön selvittämistä³⁴ eli oikeussääntöjen tulkintaa, oikeussäännösten systematisointia³⁵ sekä oikeusperiaatteiden punnintaa (oikeusperiaatteen ratkaisuarvon määrittämistä).³⁶ Lainoppi rakentuu siis voimassaolevien (huom! ei olemassa olevien)³⁷ normien eli sääntöjen (säännöt käskävät, kieltävät tai sallivat) ja oikeuslähteiden varaan, ja lähteitä käytetään etusija- ja käyttöjärjestyssääntöjen osoittamassa järjestyksessä.³⁸ Tässä käytetään apuna Eukleideen geometriaa, jonka mukaan tiedon palaset kootaan yhteen ja järjestetään systemaattiseksi kokonaisuudeksi.³⁹ Lainopissa se tarkoittaa sitä, että tietyn oikeusalan normisto systematisoidaan kaivamalla esiin yleiset periaatteet.⁴⁰ Tätä tarvitaan, koska jokaisella meillä on erilainen käsitys oikeudellisesta todellisuudesta. Oikeudellinen materiaali kuten oikeuskirjallisuus, lakien ja lain esitöiden sisältö, kirjoitettu sana ymmärretään ja tulkitaan eri tavalla.⁴¹

Lainopillisen tutkimuksen kysymysten asettelu keskittyykin yleensä kielellisen normimuotoilun sisällön selvittämiseen tai uudelleen järjestämiseen. Lisäksi tutkimukseen kuuluu myös aikaisempien lainopillisten väitteiden analysointi sekä oikeusteoriassa esitettyjen ilmiöiden tarkastelemista tietyn oikeudenalan näkökulmasta. Tällaisen lainopillisen väitteen esittäminen tarkoittaa voimassa olevan oikeuden esittämistä tietystä

³² Husa ym. 2008, s.19-20. Oikeustieteellisen tutkimuksen olennaiset menetelmät ovat lainoppi, oikeushistoria, oikeussosiologia, oikeusfilosofia ja vertaileva oikeustiede. Rajanveto tarkastelutapojen välillä ei aina ole yksiselitteistä vaan tarkastelutapoja voidaan yhdistellä tai liikkua niiden välimaastossa; Aarnio 2011, s.1.

³³ Lindfors 2004, s. 10.

³⁴ Miettinen 2016, s.114.

³⁵ Lindfors 2004, s. 10.

³⁶ Miettinen 2016, s.114.

³⁷ Aarnio 2011, s.32.

³⁸ Husa ym. 2008, s.20 ja Hirvinen 2012, s. 53.

³⁹ Miettinen 2016, s.4.

⁴⁰ Miettinen 2016, s.6.

⁴¹ Aarnio 1971, s.27.

näkökulmasta, käyttäen argumentoinnissa tiettyjen oikeuslähteiden-, tulkinta- ja argumentaatio-oppeja. Lainoppiin kuuluu siten oleellisesti vallitsevien käytäntöjen kritiikki. Lainopillisessa kirjoituksessa on kysymys siitä, mitä voimassa oleva oikeus sisältää eli kuinka sitä tulee tulkita ja se pitää myös perustella.⁴²

2.3.2 Oikeuslähdeoppi

Oikeuslähteet kertovat mikä on oikeutta. Oikeuslähde on ratkaisun materiaallinen perusta. Tieteellisen kirjoituksen sisällön on perustuttava useaan valitun aiheen kannalta relevanttiin aineistoon ottamalla huomioon lähteiden painoarvo. Tosiasiallinen oikeuslähde on sellainen peruste, jota tuomioistuimessa ja lainopissa todellisuudessa käsitellään oikeuslähteinä,⁴³ eli kaikki kirjoitettu ja painettu sana ei ole hyväksyttävää käyttää oikeuslähteinä. Lähdekritiikki onkin erottamaton osa lähdeaineistojen valintaa ja käyttöä.⁴⁴

Oikeuslähdeoppi on tieteellisen tutkimuksen kulmakivi.⁴⁵ Ne pitävät sisällään informaatiota oikeuden sisällöstä.⁴⁶ Kysymyksessä on oppi oikeuden lähteistä. Oppi vetää rajan siihen, mikä on hyväksyttävä juridinen lähde ja mikä taas on kielletty ei-juridinen lähde. Normatiivinen oikeuslähdeopin tehtävänä on ohjata oikeudellista tulkintatoimintaa.⁴⁷ Tämä antaa lainsoveltajalle ohjeita oikeuslähteiden velvoittavuudesta, sallittavuudesta ja siitä, mitkä ovat kiellettyjä oikeuslähteitä.⁴⁸ Oikeuslähteet luokitellaan sen perusteella, mikä on niiden velvoittavuus ja mikä on oikeuslähteen painoarvo suhteessa johonkin toiseen lähteeseen.⁴⁹ Kansallisen oikeuslähteiden hierarkia voidaan jakaa kolmeen peruskategoriaan. Näitä ovat heikosti velvoittavat oikeuslähteet, sallitut oikeuslähteet sekä tärkeimmät, vahvasti velvoittavat oikeuslähteet.⁵⁰ Kiellettyjä oikeuslähteitä ovat lain ja hyvän tavan vastaiset argumentit sekä avoimen puoluepoliittiset argumentit.⁵¹

⁴² Aarnio 2011, s.35 ja 39; Miettinen 2016, s.67.

⁴³ Husa ym. 2008, s.32; Aarnio 2011, s.65-66; Hirvinen 2012, s.151.

⁴⁴ Husa ym. 2008, s.32. Oikeuslähteinä on kiellettyä käyttää Wikipediaa. Huonoja oikeuslähteitä on myös opinnäytetyöt ja pro gradu tutkielmat. Sen sijaan väitöskirjat ovat sallittuja lähteitä.

⁴⁵ Aarnio 2014, s.209.

⁴⁶ Husa ym. 2008, s.32.

⁴⁷ Aarnio 2014, s.209.

⁴⁸ Aarnio 2014, s.210.

⁴⁹ Aarnio 2014, s.229.

⁵⁰ Aarnio 2014, s.230.

⁵¹ Aarnio 2011, s.69. Todettakoon taas, että Wikipedia ei kuulu sallittuihin lähteisiin jo sen vuoksi, että kuka tahansa pystyy muokkaamaan tietoja.

Heikosti velvoittavia oikeuslähteitä ovat lainsäätäjän tarkoitus (lain esityöt), hallituksen esitykset eduskunnalle, eduskunnan valiokuntien mietinnöt ja lausunnot sekä tuomioistuinten antamat ennakkoratkaisut. Mikäli näitä ei sovelleta, ei seuraa mitään sanktioita, mutta näistä poikkeaminen on kuitenkin perusteltava päätöksenteossa.⁵²

Sallituiksi oikeuslähteiksi katsotaan yleiset oikeusperiaatteet, oikeustiede, oikeushistorialliset-, oikeusvertailevat-, tosiasialliset- ja vertailevat argumentit sekä arvot ja arvostukset (eettiset ja moraaliset perusteet). Niihin voi vedota, mutta poikkeamista ei tarvitse perustella. Todettakoon, että oikeustieteellä on suuri merkitys oikeuslähteenä.⁵³

Vahvasti velvoittaviin oikeuslähteisiin kuuluu kansallisella tasolla⁵⁴ maan tapa (maan tapaa sovelletaan silloin kun laissa ei ole säädöstä, ellei se ole kohtuutonta)⁵⁵, säädetyt lait, Suomen perustuslain perusoikeudet, lakien nojalla annetut alemman asteiset normit, systeemiperusteet ja kansallisen oikeuden osaksi saatetut kansainväliset sopimukset.⁵⁶

Kansallisen oikeuden ulkopuolisista normistoista vahvasti velvoittavia ovat EU:n antamat sitovat normit (mm. EIS, valtiosopimukset, asetukset ja direktiivit), EUT:n antamat tuomioistuinratkaisut yksittäistapauksissa ja EIT:n antamat sitovat oikeusohjeet tai normit. Tämä tarkoittaa sitä, että Eurooppaoikeuden oikeussääntöjä on sovellettava ensisijaisesti, jos ne ovat ristiriidassa kansallisten säädösten kanssa.⁵⁷

Primääriin eurooppaoikeuteen kuuluvat normit, jotka ovat syntyneet jäsenvaltioiden keskinäisin sopimuksin, erityisesti yhteisöjen perustamissopimukset, niiden muutokset ja jäsenvaltioiden liittymissopimukset.⁵⁸

⁵² Husa ym. 2008, s.33; Aarnio 2011, 68; Hirvinen 2012, s.154.

⁵³ Husa ym. 2008, s.33; Aarnio 2011, s.69; Hirvinen 2012, s.155.

⁵⁴ Aarnio 2014, s.230.

⁵⁵ Husa ym. 2008, s.32; Hirvinen 2012, s.154. Maan tavan soveltaminen oikeudessa on tänä päivänä verrattain harvinaista.

⁵⁶ Aarnio 2011, 68; Aarnio 2014, s.230.

⁵⁷ Aarnio 2011, 68; Hirvinen 2012, s.159; Aarnio 2014, s.230.

⁵⁸ Husa ym. 2008, s.71.

Sekundääriä eli johdettua eurooppaoikeutta ovat EU:n solmimat, jäsenvaltioitaan sitovat kansainväliset sopimukset sekä Euroopan yhteisöjen perustamissopimuksen nojalla annettu normisto, joka koostuu asetuksista, direktiiveistä, päätöksistä ja suosituksista.⁵⁹

Eurooppaoikeus vaikuttaa laintulkintaan siten, että kansalliset säännökset väistyvät EU-normiston tieltä. Eurooppaoikeuden tulkinnassa täytyy huomioida myös se, että EU-tuomioistuimen⁶⁰ oikeuskäytännöllä on ohjaava⁶¹ ja jopa sitova vaikutus.⁶²

Tutkielmassa tarkastellaan nimenomaisesti Eurooppaoikeuteen kuuluvaa EU:n tietosuoja-asetusta, joka on siis suoraan sovellettavaa lainsäädäntöä. Tämän rinnalla Suomesta löytyy myös kansallista sääntelyä, tietosuojalaki, joka hyväksyttiin 13.11.2018, mutta astui voimaan 1.1.2019. Tutkielmassa täytyy näin ollen ottaa huomioon sekä EU-normisto, että kansallinen normisto.

Tutkielmassa hyödynnetään pääasiassa oikeuskirjallisuutta. Aiheesta löytyy jonkin verran ajankohtaista kirjallisuutta. Tämä johtuu siitä, että EU:n tietosuoja-asetus astui voimaan 25.5.2016 ja kahden vuoden siirtymäaika päättyi juuri, 25.5.2018.

Kirjallisuuslähteinä käytetään myös vanhempaa kirjallisuutta, sillä Suomessa henkilötietojen suoja on ollut pidempään hyvällä tasolla, joten EU:n tietosuoja-asetus ei ole merkittävästi tuonut uutta sääntelyä, joka olisi täysin poikkeavaa henkilötietolain tai muun kansallisen sääntelyn kanssa.

Yhtenä lähteenä käytetään myös OECD:n tietosuojasuosituksia vuodelta 1980, jota on sittemmin päivitetty vuonna 2013. Tietosuojasuosituksista ja EU:n tietosuoja-asetuksen sisältöä vertaamalla huomataan, että tietosuojasuositus on ohjannut lainsäädäntöä aina tähän päivään saakka. Moni asia tietosuoja-asetuksessa on edelleen kuranttia ja osin samalla tavalla kirjoitettukin kuin tietosuojasuosituksessa.

⁵⁹ Husa ym. 2008, s.71. Eurooppaoikeudella tarkoitetaan Euroopan unionin piirissä muodostunutta yhteisöoikeutta. Tämä jaetaan primääriin eurooppaoikeuteen ja sekundääriin eurooppaoikeuteen eli ns. johdettuun eurooppaoikeuteen.

⁶⁰ Miettinen 2016, s.117.

⁶¹ Husa ym. 2008, s.78.

⁶² Miettinen 2016, s.117.

Muina lähteinä käytetään mm. Hallituksen esityksiä, EU komission ja Oikeusministeriön lausuntoja sekä tukeudutaan Tietosuojavaltuutetun toimiston antamiin ohjeisiin.

2.3.3 *Tulkintaperusteet*

Sytä tulkinnan tarpeeseen ovat yleensä se, että yksimielisyyden esteenä on ongelman tunnistaminen. Meillä on riittämättömät tiedot tilanteesta ja merkitysvaihtoehdoista. Toinen seikka voi olla se, että meillä on käytössä eri tosiseikastokuvaukset ja kolmantena, että meillä on käytössä eri oikeuslähteet. Tyypillisesti tapaus voisi olla sellainen, että henkilö A viittaa lakiin ja lainvalmistelutöihin ja henkilö B taas viittaa lakiin ja tuomioistuinratkaisuihin sekä oikeustieteeseen. Mahdollista on myös se, että kumpikin esittää erilaisen tulkinnan tietylle oikeuslähteelle ja antaa sille myös erilaisen painoarvon. Neljäntenä seikkana voi olla se, että osapuolet vetoavat moraalikoodeihin. Tämä on tavanomaista perheoikeudellisissa riitatilanteissa (esim. lasten huolto- ja tapaamisoikeudet). Viidentenä seikkana on tulkintaperiaatteet.⁶³

Epätietoisuuden vallitessa lain sisältöä ja sen tarkoitusta määritettäessä voidaan argumentoida seuraavilla tulkintaperiaatteilla:

1. Lainsäädännön kielellinen ilmiasu (semanttiset tulkintaperusteet)
2. Lainsäädännön tarkoitus (intentionaaliset tulkintaperusteet)
3. Oikeudenalakohtainen systematiikka (systemaattiset tulkintaperusteet)
4. Perusoikeusargumentit
5. Reaaliset argumentit
6. Oikeuskäytäntö
7. Lainoppi

Lakitekstin tulkinnassa on tärkeää tietää ja tunnistaa oikeuslähteiden hierarkia. Reaalisten argumenttien tai oikeustieteessä otettujen kannanottojen perusteella ei voida syrjäyttää asiaa koskevia lainsäännöksiä.⁶⁴

⁶³ Aarnio 2011, s.48.

⁶⁴ Aarnio 2011, s.57; Miettinen 2016, s. 118 ja Hirvinen 2012, s.141-142.

Lainsäädännön kielellisellä ilmiasulla tarkoitetaan lain sanamuodon merkitystä eli sanan kirjaimellinen tai merkitys- ja kieliopillinen tulkinta. Tässä pidättäydytään arkikielen mukaisessa normaalimerkityksessä. Sanalle ei anneta yleisestä kielenkäytöstä poikkeavaa merkitystä.⁶⁵

Lainsäätäjän perimmäinen tarkoitus on perinteisesti ollut merkittävä osa oikeuslähdeoppia. Subjektiivinen tarkoitus on peruste säännöksen antamiselle ja jonka toteuttamista säännöksen on katsottu edistävän. Objektiivinen tarkoitus on se, joka säädökselle voidaan antaa tulkintahetkellä, kun kaikki oleelliset asianhaarat on otettu huomioon.⁶⁶

Lainsäätäjän tarkoituksen tutkimista varten kannattaa tutustua lainvalmistelutöihin, kuten eduskunnassa ja valtioneuvostossa syntyneet asiakirjat (eduskunnan valiokuntien mietinnöt ja hallituksen esitykset). Ne ilmaisevat lain arvoperustaa ja tavoitteita sekä täsmentävät ja määrittelevät normeja, ilmauksia ja käsitteitä. Myös komiteamietinnöt, oikeusministeriön lainvalmisteluosaston julkaisut sekä erilaisten työryhmien raportit saattavat olla hyödyllisiä.

Mitä lähempänä säädöksen lopullista päätöksentekoa tietty lainvalmisteluaineisto on syntynyt, sen suurempi on sen argumentaatioarvo. Lainvalmistelutyöt ovat kuitenkin heikosti velvoittavia oikeuslähteitä.⁶⁷

Muita heikosti velvoittavia oikeuslähteitä ovat oikeuskäytäntö. Käytännössä niillä on kuitenkin tulkintaa ohjaava vaikutus. Mikäli lainsoveltaja sivuuttaa annettuja ennakkoratkaisuja, tulee hänen ne perustella. Oikeuskäytännön käyttö perustuu käsillä olevan ongelmatapauksen ja aiemmin ratkaistun tapauksen olennaiseen samankaltaisuuteen.⁶⁸

Oikeudenalakohtainen systematiikka tarkoittaa sitä, että oikeusnormilausesta tulkittaessa otetaan huomioon kyseisen säännöksen kokonaisuus, muut lainsäädännön oikeusnormit, tuomioistuinratkaisut, oikeusjärjestyksen kokonaisuuden systematiikka ja logiikka sekä lainopin tulkinnat ja systematisoinnit, oikeudenalan yleiset opit sekä oikeustieteen teoriat.

⁶⁵ Hirvinen 2012, s.141-142.

⁶⁶ Miettinen 2016, s. 120.

⁶⁷ Miettinen 2016, s. 120 ja Hirvonen 2012, s.143.

⁶⁸ Miettinen 2016, s. 121.

Tällöin tutkitaan lain rakennetta ja sitä mikä siinä on olennaista. Johtopäätöksenä voi olla, että tiettyä normia tulkitaan systeemin puitteissa tietyllä tavalla.⁶⁹

Perusoikeusmyönteinen tulkinta-asette on hyväksytty perustuslakivaliokunnan tulkintakäytännössä. Sen mukaan tuomioistuimen tulee nojautua tulkinnassaan siihen vaihtoehtoon, joka parhaiten edistää perusoikeuksien toteutumista.⁷⁰

Tulkintavaihtoehtoja voidaan myös tarkastella sen mukaan, millaisia ovat niiden ennakoitavissa olevat yhteiskunnalliset vaikutukset. Tietyn tyyppinen tulkinta tietyssä tapauksessa voisi johtaa yhteiskunnallisesti ei-toivottuun tulokseen. Reaalinen argumentti perustelee valittua tulkintakantaansa.⁷¹

Yleisten oikeusperiaatteiden käyttö tulkintatilanteissa on lisääntynyt. Tämä johtuu siitä, että monesti säädös jätetään tarkoituksella avoimeksi. Tällöin käytetään usein oikeusperiaatteita ratkaisuperusteena normittamaan sääntöjä.⁷²

Lainopillisella oikeuskirjallisuudella on perinteisesti ollut suuri merkitys oikeuslähteenä. Oikeuskirjallisuudesta on tosin hyvä muistaa, että sillä ei ole itsenäistä ratkaisuperusteen arvoa, vaan se saa merkityksensä siitä, jolla se kykenee hyödyntämään muita oikeuslähteitä. Oikeuskirjallisuus kerää tietoa useammasta lähteestä ja tulkintakannanoton tulkintaa ohjaavan vaikutuksen on perustuttava sen tueksi esitettyjen perustelujen eli argumentaation vakuuttavuuteen.⁷³

⁶⁹ Miettinen 2016, s. 122 ja Hirvinen 2012, s.142.

⁷⁰ Miettinen 2016, s. 123.

⁷¹ Miettinen 2016, s. 125.

⁷² Miettinen 2016, s. 125.

⁷³ Miettinen 2016, s. 126.

2.4 Tieteellisen tutkimuksen kriteerit

Tieteellisen työn täytyy täyttää tieteellisyyden ja raportoinnin kriteerit. Tuotetun tiedon pitää olla uutta, jotta tutkielma voitaisiin lukea tieteen piiriin. Tämä ei aina toteudu.⁷⁴

Tieteellisen tutkimuksen täytyy täyttää seuraavat ehdot:

1. Tutkimuskohde on täsmällisesti rajattu, lukija pystyy tunnistamaan tutkimuskohteen.
2. Tutkimus tuo esille jotain uutta mitä ei ole ennen sanottu. Tutkimuksesta opitaan jotakin.
3. Tutkimuksesta on oltava jotain hyötyä muille. Tutkimus lisää tietoa ja se tulee ottaa huomioon jollain tasolla myös tulevaisuuden tutkimuksissa.
4. Perustavanlaatuisena vaatimuksena on, että tutkimus antaa ainekset jatkokeskustelulle. Tutkimus antaa perusteet hypoteesien oikeaksi tai vääräksi osoittamiselle tulevilla tutkimuksilla.⁷⁵

Yllä olevien lisäksi tieteellisyyteen kuuluu tutkimuksen kriittisyys, skeptisyys ja kokeilevaisuus.⁷⁶

Tieteellinen kirjoittaminen on luovaa työtä ja luovaan työhön kuuluu kriittisyys. Kriittisyys tarkoittaa sitä, että aihetta arvostellaan tutkivasti ja punnitaan eri vaihtoehtoja sekä annetaan rakentavia ehdotuksia.⁷⁷

Skeptisyys on sama kuin epäileväisyys. Epäileväisyyden tulee olla järkevää ja rakentavaa, tarkoituksena varmuuden löytäminen. Tieteessä erimielisyyden löytäminen on jo itsessään ansio eikä ongelmaa tarvitse välttämättä ratkaista. Oikeustiede ei ole eksaktia tiedettä.⁷⁸

Oikeustieteessä objektiivinen totuus puuttuu, mikä vuoksi kyse on pitkälti sanojen muodossa tapahtuvasta lukijan vakuuttelusta. Oikeustiede on pohjimmiltaan argumentaatioiden esittämistä. Ei ole itsestään selvää mitä jostakin argumentaatiosta eli näkemyksestä tai

⁷⁴ Kananen 2017, s.76.

⁷⁵ Eco 1990, s. 44-46.

⁷⁶ Miettinen 2016, s. 16.

⁷⁷ Husa ym. 2008, s.XI ja Miettinen 2016, s. 16.

⁷⁸ Miettinen 2016, s. 16-17.

kannanostosta seuraa. Tästä syystä kannattaakin kokeilla, tehdä intressivertailua ja seurata argumenttia sinne, mihin se vie.⁷⁹

2.5 Tutkimuksen rakenne

Tutkielman alkuun, johdannon jälkeen on otettu jakso tutkimusaiheen ja metodien esittelystä sekä esitelty tieteellisen tutkimuksen oikeuslähteet, tulkintaperusteet ja tieteellisen tutkimuksen kriteerit.

Kolmannessa jaksossa otetaan lyhyt katsaus historiaan, missä kuvataan tietosuojalainsäädännön kehitystä Suomessa sekä kerrotaan EU tietosuoja-asetuksen tuomat keskeiset muutokset.

Tutkielman ymmärtämisen kannalta, on keskeistä käydä läpi tutkimusaiheen keskeiset käsitteet sekä henkilötietojen käsittelyn kannalta merkittävät vastuut ja velvollisuudet. Nämä käydään läpi jaksoissa neljä ja viisi.

Jaksossa kuusi käsitellään suoramarkkinoinnin oikeutettua perustetta henkilötietojen käsittelyyn ja jaksossa seitsemän syvennyttään syvällisemmin henkilötietojen käsittelyyn markkinoinnissa.

Lopussa, jaksossa kahdeksan käydään läpi johtopäätökset. Osiossa tuodaan esille, mitä muutoksia EU:n tietosuoja-asetus on tuonut sekä miten asetus vaikuttaa henkilötietojen käsittelyyn markkinoinnissa.

⁷⁹ Aarnio 1971, s.110; Husa ym. 2008, s.13 ja Miettinen 2016, s. 17.

3 TIETOSUOJAN KEHITYS SUOMESSA

3.1 Tietosuojalainsäädännöstä EU:n tietosuoja-asetukseen

Miksi ylipäättensä tietosuojalainsäädäntöä tarvitaan ja miksi se syntyi? Tähän löytyy vastaukset teknologian ja erilaisten organisaatioiden voimakkaasta ja nopeasta kehitymisestä sekä ihmisten pelko tätä voimakasta ja nopeaa kehitystä kohtaan.⁸⁰

Suomen 1919 hallitusmuoto ei sisältänyt säännöstä tietosuojasta, henkilötietojen suojasta tai yksityiselämän suojaamisesta.⁸¹ Käsitteet tietosuoja, henkilötietojen suoja ja yksityiselämän suoja huomioitiin lainsäädännössä niinkin pitkän ajan päästä kuin vasta vuoden 1995 perusoikeusuudistuksessa⁸² kun uudistettiin perustuslakia. Uudistuksessa todettiin, että jokaisella on perustuslaillinen oikeus turvattuun yksityiselämään, kunniaan ja kotirauhaan. Henkilötietojen suojasta velvoitettiin säätämään tarkemmin lailla. Tämä tarkoittaa sitä, että henkilötietojen suoja on tarkoitettu jokaisen perusoikeudeksi.⁸³

Ajan saatossa Suomessa oltiin kyllä havahduttu tietosuojalainsäädännön tarpeeseen, mutta hanke kaatui 1970-luvun poliittisiin ja työmarkkinapoliittisiin erimielisyyksiin. Vasta 1980-luvun alussa käynnistetyt lainvalmistelut johtivat eduskunnan vuonna 1987 hyväksymään *henkilörekisterilain*.⁸⁴

Henkilörekisteri lain tarkoituksena oli suojata henkilön yksityisyyttä, hänen oikeuksiaan ja etujaan, mutta tarkoituksena on myös varmistaa valtion turvallisuus. Laki, missä turvataan samanaikaisesti yksilön, mutta myös valtion turvallisuutta on kansainvälisessä katsannossa harvinaista. Lausekkeesta, jossa turvataan valtion turvallisuus, luovuttiinkin vuonna 1999 *henkilötietolain* astuessa voimaan.⁸⁵

⁸⁰ Bygrave 2002, s.93.

⁸¹ Korhonen 2003, s. 92.

⁸² Korhonen 2003, s. 92.

⁸³ Korhonen 2003, s. 92. Perustuslain 8.1§ toteaa, että henkilötietojen suojasta säädetään tarkemmin lailla, tarkoittaa silloin, että se on tarkoitettu perusoikeudeksi. Laki voi sisältää myös rajoituksia tähän suojaan.

⁸⁴ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.337.

⁸⁵ Bygrave 2002, s.39.

Kansainvälisellä tasolla moderniin tietosuojalainsäädännön käyttöönottoon tähtäävät ponnistelut juontavat juurensa 1960-luvulta. Keskustelua käytiin YK:n tasolla, mutta Ruotsi oli ensimmäinen yleisen tietotuojalain käyttöönottanut maa vuonna 1973.⁸⁶

Kansainvälisellä tasolla kiinnitettiin 1980-luvulla huomiota siihen, että henkilötietojen siirtäminen kansainvälisessä kaupassa, eri maiden välillä tulisi olla joustavaa. Todettiin, että kehittynyt tietosuojalainsäädäntö on yksi kansainvälisen kaupan kehittymisen perusedellytyksistä.⁸⁷

OECD julkaisi 1980 tietosuojasuosituksen, johon keskeisimmät tietosuojaperiaatteet oli tiivistetty. Kehitystyössä olivat mukana Yhdysvaltojen lisäksi useat Euroopan maat. Ajatuksena oli valmistella suuntaviivat yksityisyyden suojaamisesta ja henkilötietojen siirtämisestä yli valtion rajojen. Mielenkiintoista on huomata se, että tästä yhteistyöstä huolimatta yhdysvaltalainen ja eurooppalainen tietosuojan malli alkoivat kehittyä 1980-luvulla eri suuntiin. Euroopassa ohjeet johtivat vahvan sääntelyn tielle.⁸⁸

OECD:n tietosuojasuositus ei sido jäsenmaita, mutta sillä oli hyvinkin voimakas vaikutus Euroopan ulkopuolella. Skandinaviassa suositusta aluksi ylenkatsottiin ja siksi varmaan myös lainsäädäntö laahasi Suomessakin perässä⁸⁹ (1987 astui voimaan henkilörekisterilaki). Kun tähän vihdoinkin herättiin, OECD:n tietosuojasuositus vuodelta 1980 ja Euroopan neuvoston tietosuojasopimus vuodelta 1981 ovat vaikuttaneet voimakkaimmin tulevien sääntelyiden sisältöön.⁹⁰

Näistä on selkein *Euroopan henkilötietodirektiivi*, joka hyväksyttiin lokakuussa 1995. Se yhtenäisti Euroopan alueella persoonallisuusoikeudellisen ajatuksen yksilön perusoikeuksien suojan tarpeesta henkilötietoja käsiteltäessä. Direktiiviä koskeneet kansalliset lainsäädäntö- ja muut toimet tuli toteuttaa viimeistään kolmen vuoden siirtymäajan kuluessa.⁹¹

⁸⁶ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuusoikeus 2015, s.336.

⁸⁷ Saarenpää, oikeusinformatiikka 2015, s.28.

⁸⁸ Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2006, s.6.

⁸⁹ Bygrave 2002, s. 32-33.

⁹⁰ Korhonen 2003, s. 93.

⁹¹ Korhonen 2003, s. 94 ja Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuusoikeus 2015, s.337.

Henkilötietodirektiivin perusajatus on selkeä. Se velvoittaa EU:n jäsenvaltioita säätämään yksilöiden eli luonnollisten henkilöiden perusoikeuksia kunnioittavaa lainsäädäntöä ja antaa myös tarkkoja ohjeita sääntelyn vähimmäissisällöstä. Henkilötietodirektiivin 1 artiklan mukaan tavoitteena on, että EU:n jäsenvaltiot turvaavat henkilötietojen käsittelyssä yksilöille heidän perusoikeutensa ja -vapautensa ja erityisesti heidän oikeutensa yksityisyyteen.⁹²

Suomessa direktiivi implementoitiin säätämällä *henkilötietolaki (523/1999)* vuonna 1999⁹³, jolla kumottiin vuoden 1987 henkilörekisterilaki.⁹⁴

Henkilötietolain tarkoituksena oli turvata yksityiselämän ja yksityisyyden suojaa henkilötietoja käsiteltäessä, mutta myös tasapainottaa yritysten eli rekisterinpitäjien oikeutta käsitellä henkilöiden eli rekisteröityjen henkilötietoja silloin, kun henkilötiedot muodostavat henkilörekisterin. Henkilötietolakia sovellettiin myös, kun yritys käsitteli henkilötietoja automaattisen tietojenkäsittelyn avulla⁹⁵ (automaattinen päätöksenteko ja profilointi). Lisäksi Suomessa oli henkilötietolain ohella voimassa runsaasti, lähes 800 eri henkilötietojen käsittelyä koskevaa erityislainsäädäntöä, joita oli valmisteltu eri hallinnonaloilla.⁹⁶

Henkilötietodirektiivi implementoitiin jäsenmaiden lainsäädäntöihin toisistaan eroavilla tavoilla, joten vuonna 2012 Euroopan unionin komissio antoi ehdotuksensa uudeksi tietosuoja-asetukseksi.⁹⁷ Tarkoituksena oli, että EU:n tietosuoja-asetus korvaisi vuoden 1995 Henkilötietodirektiivin.⁹⁸

⁹² Korhonen 2003, s. 95 ja Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.337.

⁹³ Korhonen 2014, s. 106.

⁹⁴ Bygrave 2002, s.39.

⁹⁵ Paloranta 2008, s.119.

⁹⁶ Pitkänen 2017, s.7.; HE 9/2018 vp.

⁹⁷ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24.

⁹⁸ Korhonen 2014, s. 106.

3.2 EU:n yleinen tietosuoja-asetus

Eu:n yleisestä tietosuoja-asetuksesta käytiin paljon keskustelua mediassa.⁹⁹ Lakiuudistus oli kiistanalainen ja jäsenvaltioiden välillä oli suuria näkemyseroja. Tämän lisäksi haastetta toi myös se, että näkemyseroja löytyi myös kansallisella tasolla esim. eri puolueiden edustajien välillä.¹⁰⁰

Alkuvuonna 2016 uuden lainsäädännön sisältö saatiin vihdoinkin valmiiksi ja se astui voimaan 25.5.2016. Jäsenmaille annettiin kahden vuoden siirtymäaika, eli asetusta tuli soveltaa viimeistään 25.5.2018 lähtien.¹⁰¹ Asetusta sovelletaan sekä julkisella että yksityisellä sektorilla.¹⁰² Aina kun käsittelemme henkilötietoja, käsittelytavat ja käytäntönsäännöt muodostavat uhan yksilön yksityisyydelle ja vapausoikeuksille.¹⁰³

Euroopan parlamentti ja neuvosto antoivat samanaikaisesti keväällä 2016 yleisen tietosuoja-asetuksen kanssa myös rikosasioiden tietosuojadirektiivin. Tarkoitus oli tuoda kokonaisuudessaan koko Eurooppa digitaaliselle aikakaudelle. 90% eurooppalaisista totesivatkin, että he haluavat samanlaisen henkilötietojen suojan läpi Euroopan, huolimatta siitä, että missä maassa kyseistä tietoa käsitellään.¹⁰⁴ Tietosuoja-asetuksen tarkoitus on vahvistaa pelisäännöt luonnollisten henkilöiden suojelulle henkilötietojen käsittelyssä sekä vahvistaa pelisäännöt, jotka koskevat henkilötietojen vapaata liikkuvuutta EU:ssa ja EU:n ulkopuolisissa maissa.¹⁰⁵

Asetus ja direktiivi muodostavat yhden osan tietosuojapaketista, jonka tarkoituksena on nykyaikaistaa ja yhdenmukaistaa EU:n tietosuojalainsäädäntöä kaikissa EU:n jäsenvaltioissa. Samaan kokonaisuusuudistukseen kuuluvat myös komission tammikuussa 2017 antamat kaksi ehdotusta, joista toinen on asetus yksilöiden suojelusta unionin

⁹⁹ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.166.

¹⁰⁰ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24.

¹⁰¹ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24.

¹⁰² Oikeusministeriö. Henkilötietojen suojaa koskevan kansallisen lainsäädännön tarkistaminen (TATTI-työryhmä). Hankenumero OM006:00/2016.

¹⁰³ The OECD Privacy Framework 2013, s. 13.

¹⁰⁴ European Commission. Policies, Information and Services. Data protection in the EU.

¹⁰⁵ PeVL 14/2018, s. 2. Tietosuoja-asetusta täydentävässä kansallisessa yleislaissa säädetään valvontaviranomaisesta siten kuin tietosuoja-asetuksessa on edellytetty. Lisäksi yleislakiin otetaan säännökset käsittelyn oikeusperusteista eräissä tapauksissa, oikeusturvasta ja seuraamuksista sekä tietojen käsittelyn erityistilanteista kuten tieteellisessä tutkimuksessa ja journalistisia, akateemisen, taiteellisen tai kirjallisen ilmaisun tarkoituksia varten.

toimielinten, elinten ja laitosten suorittamassa henkilötietojen käsittelyssä ja näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja toinen asetus yksityiselämän kunnioittamisesta ja henkilötietojen suojasta sähköisessä viestinnässä.¹⁰⁶

Kokonaisuudistuksen tavoitteena on luoda EU:lle ajanmukainen, vahva, yhtenäinen ja kattava tietosuojalainsäädäntö. Uudistus on tarpeellinen informaatioteknologian nopean kehityksen ja jäsenvaltioiden hajanaisten henkilötietojen suojaa koskevien säädösten ja niiden epäyhtenäisen soveltamisen vuoksi.¹⁰⁷ Asetuksen tavoitteena onkin vahvistaa kansalaisten oikeuksia omien henkilötietojensa suojaan, sekä samalla yksinkertaistaa säännösviidakkoa helpottaakseen kansainvälistä kaupankäyntiä.¹⁰⁸

Vaikka tietosuoja-asetus on jäsenvaltioissa suoraan sovellettava säädös, jättää se joissakin asioissa jäsenvaltioille kansallista liikkumavaraa (erityisesti julkisella sektorilla¹⁰⁹). Jäsenvaltioiden on myös sovitettava oma, kansallinen lainsäädäntönsä yhteen yleisen tietosuoja-asetuksen kanssa. Hyvänä esimerkkinä tästä on sananvapaus. Sananvapauden täytyy olla kansallisella tasolla yhdenmukainen tietosuoja-asetuksen kanssa. Kansallista liikkumavaraa voi käyttää myös esimerkiksi säädettäessä erityislainsäädäntöä. Lisäksi on suositeltu, että tietosuoja-asetuksen täydentävää kansallista sääntelyä käytettäisiin ainakin tilanteissa, jossa henkilötietolain kumoamisesta seuraisi tarve kansalliseen sääntelyyn¹¹⁰.

Suomessa tietosuoja-asetus aiheutti sen, että Suomen on käytävä kaikki tietosuojaa koskeva lainsäädäntö läpi ja päätettävä, mitkä säännöksistä kumotaan ja mihin taas on tehtävä joitakin muutoksia. Lopputulema oli se, että Suomessa lainsäädäntö oli onneksi jo pitkälti tietosuoja-asetuksen mukainen. Suomessa tulee olemaan kotimaista tietosuojasääntelyä EU:n tietosuoja-asetuksen rinnalla.¹¹¹

Oikeusministeriö asetti helmikuussa 2016 työryhmän valmistelemaan lainsäädäntöehdotusta kansallisesta tietosuojasääntelystä. Työryhmä ehdotti, että henkilötietolaki kumotaan ja

¹⁰⁶ HE 9/2018 vp., s.4. Yleisellä tietosuoja-asetuksella kumottava Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 95/46/EY (henkilötietodirektiivi), on Suomessa pantu täytäntöön vuonna 1999 voimaan tulleella henkilötietolailla (523/1999).

¹⁰⁷ HE 9/2018 vp., s.4.

¹⁰⁸ Nangla, Ashish and Sharma, Ajay, 2018, location 4.

¹⁰⁹ Oikeusministeriö. Henkilötietojen suojaa koskevan kansallisen lainsäädännön tarkistaminen (TATTI-työryhmä). Hankenumero OM006:00/2016.

¹¹⁰ HE 9/2018 vp., s.4-5.

¹¹¹ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24; Pitkänen 2017, s.2.

henkilötietojen suoja koskeva yleislaki, *tietosuojalaki* säädettäisiin tilalle.¹¹² Työryhmä ehdotti myös, että laki tietosuojalautakunnasta ja tietosuojavaltuutetusta kumotaan.¹¹³

Eduskunta hyväksyi 13 päivä marraskuuta 2018 EU:n tietosuojapakettiin liittyvän tietosuojalain sekä lain henkilötietojen käsittelystä rikosasioissa. Tietosuojalaki astui voimaan 1.1.2019, ja se täsmentää ja täydentää henkilötietojen käsittelyä koskevaa EU:n yleistä tietosuoja-asetusta.¹¹⁴ Näin ollen henkilötietolakimme vuodelta 1999 kumottiin uudella kansallisella tietosuojalailla.¹¹⁵ Tarkoitus on, että henkilötietojen suoja turvataan jatkossa ensisijaisesti tietosuoja-asetuksen ja kansallisen yleislainsäädännön nojalla.¹¹⁶

Kansallinen tietosuojalaki täydentää ja joiltain osin täsmentää tietosuoja-asetusta. Se muodostuu erinäisistä yleistä tietosuoja-asetusta täydentävistä pykälistä. Se ei muodosta itsenäistä ja kattavaa sääntelykokonaisuutta, vaan tietosuojalakia tulee soveltaa rinnakkain tietosuoja-asetuksen kanssa. Tämä johtuu siitä, että henkilötietojen suoja koskevan lainsäädännön aineellinen sisältö tulee pääasiassa tietosuoja-asetuksesta¹¹⁷ ja EU-oikeuden etusijaperiaatteen vuoksi tietosuoja-asetuksen kanssa ristiriidassa olevaa kansallista lainsäädäntöä ei saisi edes soveltaa.¹¹⁸

Tietosuojalain oli alun perin tarkoitus tulla voimaan samaan aikaan kun tietosuoja-asetusta aletaan soveltamaan eli 25.5.2018. Tietosuojalain viivästyminen ei kuitenkaan vaikuta tietosuoja-asetuksen soveltamisajan alkamiseen, koska asetus on suoraan sovellettavaa oikeutta¹¹⁹ (primaarioikeutta).

Tämä suora sovellettavuus tarkoittaa sitä, että kansallisella tasolla tästä ei enää tarvitse erikseen säätää lailla, vaan¹²⁰ EU:n antamat asetukset ovat jäsenvaltioitaan sellaisenaan suoraa, pakottavaa lainsäädäntöä¹²¹. Asetus tulee voimaan heti, kun se on julkaistu EU:n virallisessa lehdessä. Kaikki täytäntöönpanoa koskevat toimet, joiden seurauksena asetusten

¹¹² Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.13.

¹¹³ HaVM 13/2018 vp, s.2.

¹¹⁴ Eduskunnan tiedote. Tietosuojalait hyväksytty; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, ajankohtaista, artikkelit, Tietosuojalait astuvat voimaan vuoden alussa 2019.

¹¹⁵ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24; Pitkänen 2017, s.2.

¹¹⁶ PeVL 14/2018, s. 4.

¹¹⁷ HE 9/2018 vp., s.5.; HaVM 13/2018 vp, s.4.

¹¹⁸ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018. Ajankohtaista, artikkelit: Uuden tietosuojalainsäädännön soveltaminen alkaa huomenna 2018.

¹¹⁹ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018. Ajankohtaista, artikkelit: Uuden tietosuojalainsäädännön soveltaminen alkaa huomenna 2018.

¹²⁰ Hanninen ym. 2017, s.13.

¹²¹ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.24.

oikeusvaikutus voisi estyä ja asetusten samanaikainen ja yhdenmukainen soveltaminen kaikissa EU:n jäsenmaissa voisi vaarantua, ovat EU:n perussopimuksen vastaisia. Asetuksia annetaan nimenomaisesti silloin, kun halutaan varmistua, että valtioiden rajat ylittävissä tilanteissa säännöt ovat identtisiä koko EU:n alueella.¹²²

3.3 EU:n tietosuoja-asetuksen tuomat muutokset

Tietosuoja-asetusta tuli soveltaa kaikissa EU:n jäsenvaltioissa alkaen 25.5.2018. Asetuksen tuoma sisältö oli tiedossa, mutta sen rinnalle odotettiin myös kansallista sääntelyä (tietosuojalaki astui voimaan 1.1.2019) sekä EU:n komission linjauksia. Tietosuoja-asetus sisältää runsaasti kohtia, jotka on tarkoituksella jätetty komission päätettäväksi ja linjattavaksi.¹²³

Asetusta sovelletaan osittain tai kokonaan automatisoituun henkilötietojen käsittelyyn sekä henkilötietojen sellaiseen muuhun kuin automaattiseen käsittelyyn, joka muodostaa tai jonka tarkoitus on muodostaa rekisterin osa.¹²⁴

Henkilötietojen käsittelyn peruseriaatteen ja rekisteröidyn henkilön oikeudet säilyvät uudistuksessa pääosin ennallaan eli kuten ne ovat henkilötietolaissa. Uudistuksella luodaan myös uusia oikeuksia, kuten oikeus saada omat tietonsa sähköisesti rekisterinpitäjältä sekä tiedot voidaan entistä helpommin siirtää järjestelmästä toiseen.¹²⁵

Tällä hetkellä voidaan todeta, että merkittävimmät muutokset Suomessa voimassa olevaan tietosuojalainsäädäntöön verrattuna ovat kysymykset siihen, millaisessa henkilötietojen käsittelyn perusteella rekisterinpitäjä voi vedota oikeutettuun etuun sekä kysymykset rekisterinpitäjän informointivelvollisuuden laajuudesta. Myös rekisteröidyn oikeudet ovat laajentuneet. Rekisteröidyllä on tietyissä tilanteissa oikeus kieltää häneen kohdistuva profilointi ja asetuksessa myös säädetään, että miten henkilötietoja voidaan siirtää rekisterinpitäjältä toiselle. Tarkennusta on tullut myös siihen, millaisia dokumentteja

¹²² Miettinen 2016, s.229.

¹²³ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.166.

¹²⁴ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.43.

¹²⁵ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta ajankohtaista, artikkeli: EU:n tietosuoja-asetus tuo uusia oikeuksia omiin henkilötietoihin.

rekisterinpitäjien tulee laatia, sekä millaisissa tilanteissa yrityksen tulee nimetä tietosuojavaltuutettu. Uutta on myös ilmoitusvelvollisuus tietosuojaloukkauksista tietosuojaviranomaisille sekä tietyissä tilanteissa henkilölle itselleen sekä sanktioiden määrääminen.¹²⁶

Kumottuun henkilötietodirektiivin ja henkilötietolakiin nähden uusi periaate on henkilötietojen käsittelyä koskeva osoitusvelvollisuus. Rekisterinpitäjän on kyettävä osoittamaan, että henkilötietojen käsittely on tietosuoja-asetuksen mukaista.¹²⁷

Tietosuoja-asetuksessa puhutaan riskipohjaisesta lähestymistavasta. Riskipohjaisen lähestymistavan keskeinen ajatus on, että rekisterinpitäjä ja henkilötietojen käsittelijä sovittavat toimenpiteet, joilla se suojaa henkilötietoja, käsittelyyn sisältyvän riskin mukaisiksi. Heidän on siten kyettävä osoittamaan, että valitut toimenpiteet ovat olleet oikeasuhtaisia riskeihin nähden.¹²⁸

Tietosuoja-asetus asettaa myös jäsenvaltioille vaatimuksia. Jäsenvaltioilla on velvollisuus säätää kansallista lainsäädäntöä koskien valvontaviranomaisia.¹²⁹ Näin Suomessa tehdäänkin. Kansallisessa tietosuojalaissa todetaan, että kansallinen valvontaviranomainen on oikeusministeriön yhteydessä tietosuojavaltuutettu. Hän on toiminnassaan itsenäinen ja riippumaton.¹³⁰ Tietosuojavaltuutetun tehtävänä on seurata, ohjata ja valvoa henkilörekisterien perustamista, käyttöä ja niissä olevien tietojen luovutusta.¹³¹

¹²⁶ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.166 ja Koivumäki-Häkkänen 2018, s.170.

¹²⁷ He 9/2018 vp., s.28.

¹²⁸ He 9/2018 vp., s.28-29.

¹²⁹ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.71.

¹³⁰ EV 108/2018 vp. s. 5. Tietosuojavaltuutetulla on toimisto ja tarvittava määrä henkilökuntaa kuten apulaistietosuojavaltuutetut, esittelijät ja muu henkilökunta.

¹³¹ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.76 ja European Commission. 21.9.2018. Tietosuojavaltuutettuna toimii Reijo Aarnio, joka kuuluu myös jäsenenä Euroopan Unionin tietosuojahallitukseen. Reijon varajäsenenä toimii Elisa Kumpula.

4 KESKEISET KÄSITTEET

4.1 Käsitteiden merkitys

Käsitteiden avulla tutkimuksessa hallitaan tutkittavaa ilmiötä ja kommunikoidaan yhteismitallisesti alan asiantuntijoiden kanssa. Käsitelmäärittelyllä varmistetaan käytettyjen käsitteiden sisältö ja laajuus sekä se, että lukija ymmärtää, mistä tutkimuksessa on kysymys.¹³²

4.2 Henkilötietojen suoja ja tietosuoja

Oikeudellinen peruskäsite on henkilötietojen suoja. Kirjallisuudessa, jopa oikeuskirjallisuudessa käytetään virheellisesti termejä henkilötietojen suoja ja tietosuoja toistensa synonyymeinä. Lakiteknisestä ja oikeuslingvistiksestä näkökulmasta henkilötietojen suojaa toteutetaan tietosuojalainsäädännön avulla¹³³ määrittelemällä mitä, miten ja milloin henkilötietoja saa käsitellä. Lainsäädännöllä ei suojata tietoa, vaan yksilöä ja hänen oikeuksiaan tietoihinsa.¹³⁴

Tietosuojalainsäädäntö suojaa luonnollisia henkilöitä ja heidän perus- ja vapausoikeuksiaan henkilötietojen käsittelyn avulla toteutettavaa informaatiotulvaa vastaan. Kyseessä on nimenomaan luonnollisten henkilöiden oikeudesta henkilötietojensa suojaan. Henkilötietojen suoja ei koske yrityksiä. Tietosuojalainsäädäntö luo luonnollisille henkilöille oikeuksia ja samanaikaisesti asettaa rekisterinpitäjille eli yrityksille velvollisuuksia.¹³⁵

Henkilötietojen suojasta puhutaan nimenomaisesti silloin, kun jokin tieto meistä, mistä meidät voidaan tunnistaa, on kiinnitetty jollekin alustalle ja tietoa pitää suojata. Alusta voi olla esim. tietokoneohjelma. Näin ollen on hyvä ymmärtää, että pelkkä suullinen puhe

¹³² Kananen 2017, s. 24.

¹³³ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.324-325.

¹³⁴ Salminen 2009, s.15.

¹³⁵ Salminen 2009, s.15.

jostakin henkilöstä, ei ole henkilötietojen käsittelyä¹³⁶ ja suulliseen puheeseen ei sovelleta henkilötietolainsäädäntöä.

Tietosuoja muodostuu oikeudellisesti normeista, jotka koskevat viestinnän luottamuksellisuutta ja yksityisyyden suojaa henkilötietojen käsittelyssä. Kysymys on informaatiota koskevista aineellisista oikeuksista.¹³⁷

Tietosuoja ilmenee myös lakiin kirjattuina vaitiolo- ja salassapitovelvollisuutena, jolloin kyse on yksityisyyttä ja yksityiselämän suojaa turvaavasta tietosuojasta. Useasti yritykset tekevät salassapitosopimuksia työntekijöittensä ja yhteistyökumppaneittensa kanssa. Tämä on tärkeää siksi, että muutoin laissa olevat salassapitovelvollisuudet eivät koske kaikkea tietoa mikä liikkuu ihmisten ja yritysten välissä. Sananvapaus sisältää nimittäin oikeuden julkaista tietoa kenenkään estämättä. Sananvapaus koskee myös yrityksiä ja markkinointia. Tätä vapautta estää tai rajoittaa tietyt yksityiselämän, kuluttajan ja omaisuuden suojan säännökset.¹³⁸

4.3 Tietoturva

Tietoturvalla pyritään suojaamaan yritykselle tärkeät tiedot ulkopuolisilta. Tietoturva tarkoittaa muun muassa organisatorisia ja teknisiä toimenpiteitä, joilla varmistetaan mm. tiedon luottamuksellisuus, eheys, virheettömyys, pääsynvalvonta, saatavuus ja tarkastettavuus.¹³⁹

Se on reaaliaikailman ilmiö ja sen tarkoituksena on suojata tietoaaineisto ja tietojärjestelmät luvattomalta käytöltä sekä estämällä siihen kohdistuvien uhkien toteutuminen tai rajoittamalla uhkista aiheutuvia vahinkoja.¹⁴⁰

¹³⁶ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuusosoikeus 2015, s.325-326. Tietosuojalainsäädäntö suojaa luonnollisia henkilöitä ja heidän perus- ja vapausoikeuksiaan henkilötietojen käsittelyn avulla toteutettavaa informaatiotulvaa vastaan. Kyseessä on nimenomaan luonnollisten henkilöiden oikeudesta henkilötietojensa suojaan. Henkilötietojen suoja ei koske yrityksiä. Tietosuojalainsäädäntö luo luonnollisille henkilöille oikeuksia ja samanaikaisesti asettaa rekisterinpitäjille eli yrityksille velvollisuuksia.

¹³⁷ Kemppinen 2011, s.113 ja Korhonen 2014, s. 108.

¹³⁸ Pesonen 2012, s. 15.

¹³⁹ Kemppinen 2011, s.113.

¹⁴⁰ Kemppinen 2011, s.113 ja Korhonen 2014, s. 108.

4.4 Henkilötietojen käsittely

Asetuksen säännökset eivät koske luonnollisen henkilön henkilötietojen käsittelyä yksityisiin tarkoituksiin, paitsi jos valokuvia julkaistaan internetissä.¹⁴¹ Eli jos kyseessä on muu tarkoitus ja asetuksessa tämä muu tarkoitus ei suljeta pois, sovelletaan asetusta. Karkealla ja helpolla yleistasolla voidaan todeta, että asetusta sovelletaan yksityiseen ja julkiseen sektoriin kuten yrityksiin, yhdistyksiin, osuuskuntiin, yhteisöihin jne.

Lain määritelmä henkilötiedon käsittelylle on, että henkilötietoja: kerätään, tallennetaan, järjestellään, käytetään, siirretään, luovutetaan, säilytetään, muutetaan, yhdistetään, suojataan, poistetaan tai tuhotaan.¹⁴²

Markkinoinnin näkökulmasta henkilötietojen käsittelyä on asiakkaan henkilö- ja yhteystietojen lisääminen suoramarkkinointikirjeeseen.¹⁴³ Samoin jos yritys kerää henkilöiden kuvia markkinointitarkoitusta varten.¹⁴⁴

Markkinoijan on tärkeää tunnistaa, mitkä kaikki yrityksen toiminnot ovat henkilötietojen käsittelyä ja huolehtia, että työntekijät tuntevat henkilötietolainsäädännön relevantit säännöt.¹⁴⁵

4.5 Henkilötieto

Tieto saa henkilötiedon luonteen silloin, kun se eri tietojen kanssa yhdistettynä kuvaa yksilöä niin, että hän on tunnistettavissa.¹⁴⁶ Tyhjentävää listausta tällaisista tiedoista on mahdotonta antaa.

Henkilötietolain mukaan henkilötiedolla tarkoitetaan kaikenlaista luonnollista henkilöä taikka hänen ominaisuuksiaan tai elinolosuhteitaan kuvaavia merkintöjä, jotka voidaan

¹⁴¹ Paloranta 2008, s.120. EY-tuomioistuimen ratkaisu C 101/01, Bodil Lindqvist, 16.11.2003.

¹⁴² Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

¹⁴³ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

¹⁴⁴ Paloranta 2008, s.120.

¹⁴⁵ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

¹⁴⁶ Pesonen 2012, s. 17.

tunnistaa häntä tai hänen perhettään tai hänen kanssaan yhteisessä taloudessa eläviä koskeviksi.¹⁴⁷ Henkilötieto on siis nimen ja yhteystietojen lisäksi myös muut tekijät, joiden perusteella henkilö voidaan tunnistaa.¹⁴⁸ Näitä ovat mm. valvontakameran nauha, sijaintitiedot, IP-osoite, tieto sähköpostissa tai puhelimessa (puhelinnumero)¹⁴⁹, biometriset tunnisteet kuten sormenjäljet ja DNA,¹⁵⁰ mutta myös valokuva on henkilötieto jos henkilö voidaan siitä tunnistaa.¹⁵¹ Henkilötieto on myös nimeen liitetty tunnistettava tieto esim. terveydentilasta (sairaudet ja allergiat), tuloista, varallisuudesta, perhesuhteista, velkasuhteista tai vaikka luottoluokituksesta.¹⁵²

Laki koskee vain luonnollisia henkilöitä, ei oikeushenkilöitä eli yrityksiä. Yritys ei voi vedota henkilötietolain suojaan yrityksellä ei myöskään ole yksityisyyttä tai kunniaa.¹⁵³ Tämä tarkoittaa myös sitä, että jos yritystä arvostellaan netissä ilkeästi, yritys ei voi nostaa syytettä esim. kunnianloukkauksesta.

Asetusta ei myöskään sovelleta kuolleeseen henkilöön. Asetuksessa todetaan, että sen sääntely jätetään jäsenvaltioiden harkintaan.¹⁵⁴

Jos tietokannassa (jollakin alustalla kuten ylempänä viitataan) on ihmisistä tietoja, joita ei voida millään tavalla yhdistää tiettyyn henkilöön, kyseessä ei ole henkilötieto ja näin ollen henkilötietolainsäädäntöä ei sovelleta.¹⁵⁵

¹⁴⁷ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.326.

¹⁴⁸ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

¹⁴⁹ Pesonen 2012, s. 17. Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot, henkilötietojen käsittely ja Nangla ym. 2018, location 15.

¹⁵⁰ Guerrier 2016, s. xxii.

¹⁵¹ Paloranta 2008, s.119.

¹⁵² Pesonen 2012, s. 16.

¹⁵³ Kemppinen 2011, s.119. HE 184/1999 rikoslain muuttamisen perusteluissa käydään läpi luonnollisen henkilön ja oikeushenkilön kunniansuojasta.

¹⁵⁴ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuojalainasetus), s. 5.

¹⁵⁵ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

4.6 Henkilörekisteri

Henkilörekisterillä tarkoitetaan sellaista tietojoukkoa, joka on kerätty samaa käyttötarkoitusta varten ja jota käsitellään tietoteknisen laitteiston avulla tai joka muuten on järjestetty niin, että tiettyä henkilöä koskevat tiedot ovat helposti löydettävissä (manuaalirekisteri).¹⁵⁶ Esimerkiksi käyntikorttiluettelo on henkilörekisteri silloin, kun ne ovat aakkosjärjestyksessä rekisteröityjen nimen mukaan.¹⁵⁷

Lain ulkopuolelle on jätetty yksinomaan henkilökohtaisiin tai tavanomaisiin yksityisiin tarkoituksiin kerätyt henkilötiedot (puhelimien yhteystietoluettelo ja sähköpostin osoitekirja). Jos puhelimen yhteystietoluettelo tai sähköpostin ja osoitekirja on työkäyttöön, on se henkilörekisteri niiden tietojen osalta.¹⁵⁸

Hyvä huomata myös se, että julkisista lähteistä kerätyt tiedot sellaisenaan, eivät kuulu lain soveltamisen piiriin. Eli jos julkisuuden henkilöt ovat julkisuudessa tiedottaneet henkilökohtaisista asioistaan, niin niistä tiedoista kerätty henkilörekisteri on laillinen.¹⁵⁹

Henkilörekisterin määritelmän tunnistaa siitä, että se on nimenomaa perustettu tiettyä käyttötarkoitusta varten esim. asiakasrekisteri.¹⁶⁰

Asiakassuhde antaa yritykselle oikeuden tallentaa asiakkaansa henkilötietoja asiakasrekisteriin. Asiakassuhteen tulee olla todellinen ja on pitänyt syntyä laillisesti niin, että myös asiakas on tietoinen ja hyväksynyt asiakassuhteen.¹⁶¹ Tavanomaisesti asiakassuhde syntyy, kun asiakas ostaa tuotteen tai palvelun. Yritys voi käyttää asiakasrekisterissään olevien asiakkaiden henkilötietoja markkinointiin.¹⁶²

¹⁵⁶ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

¹⁵⁷ Paloranta 2008, s.119.

¹⁵⁸ Rakennusteollisuus RT ry. Usein kysyttyjä kysymyksiä ja vastauksia tietosuoja-asetuksesta. Yksityishenkilön tai kotitalouden yksityiskäyttöön tarkoitettuihin henkilötietoihin ei sovelleta tietosuoja-asetusta. Jos puhelimesta on myös muuhun tai pelkästään muuhun kuin yksityishenkilön tai kotitalouden käyttöön tarkoitettuja henkilötietoja, sovelletaan puhelimen henkilörekisteriin niiltä osin tietosuoja-asetusta.

¹⁵⁹ Kemppinen 2011, s.121.

¹⁶⁰ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

¹⁶¹ Pesonen 2012, s. 21.

¹⁶² Paloranta 2008, s.124.

Markkinoinnin näkökulmasta tärkeimmät rekisterit ovat asiakasrekisteri nykyisten asiakassuhteiden hoitamista varten ja potentiaalisten asiakkaiden rekisteri uusien asiakkaiden hankkimiseksi.¹⁶³

4.7 Rekisteröity

Rekisteröity on se henkilö, jota tieto koskee¹⁶⁴ eli esim. markkinoinnin kohteena oleva henkilö.¹⁶⁵

Jos markkinoijan asiakasrekisteriin on tallennettu asiakkaan omien lapsien syntymäajat ja nimet, on tieto ko. asiakasta koskeva henkilötieto.¹⁶⁶

4.8 Rekisterinpitäjä

Rekisterinpitäjä on se taho, joka tietoja tarvitsee ja käyttää, sekä omistaa rekisterin.

Rekisterinpitäjä myös vastaa siitä, että rekisteri on laillinen ja asianmukainen.

Rekisterinpitäjän velvollisuutena on myös asetuksessa mainittu informointivelvollisuus, dokumentoidussa muodossa. Mielestäni informointivelvollisuuden täyttämiseen saa hyvää vinkkiä myös kumotun henkilötietolain mukaisista rekisteri- ja tietosuojaselosteiden vaatimuksista. Dokumentaatiot tulee myös pitää helposti kaikkien saatavilla.¹⁶⁷

Tyypillisesti rekisterinpitäjä on esim. jäsenistään tietoja keräävä yhdistys, verkkokauppa tai sosiaalisen median palvelu (Facebook, Instagram, You Tube).¹⁶⁸

¹⁶³ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

¹⁶⁴ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

¹⁶⁵ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuoja ja usein kysyttyä suoramarkkinoinnista.

¹⁶⁶ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

¹⁶⁷ Pesonen 2012, s. 21.

¹⁶⁸ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot, henkilötietojen käsittely.

Euroopan tuomioistuin antoi 10.7.2018 (EIT Asia C-25/17) tuomion siitä, että Jehovan todistajien ovelta ovelle keräämiin henkilötietoihin sovelletaan tietosuoja-asetusta ja tietojen keräämiseen tarvitaan rekisteröidyn lupa. Taustalla todetaan, että säännöksen taustalla on varmistaa rekisteröidyn tehokas ja kattava suojelu määrittelemällä rekisterinpitäjän käsite laajasti.

4.9 Rekisteriseloste

Rekisterinpitäjä määrittelee rekisterin käyttötarkoituksen ja kerättävät tiedot.¹⁶⁹

Rekisteriselosteesta tulee ilmetä rekisterinpitäjä ja yhteyshenkilö yhteystietoineen, rekisterin nimi ja käyttötarkoitus, kuvaus rekisteröidyistä ja mitä tietoja heistä kerätään, säännönmukaiset tietolähteet, miten ja minne tietoja säännönmukaisesti luovutetaan ja luovutetaanko tietoja EU:n ulkopuolelle. Lisäksi selosteessa tulee käydä ilmi rekisterin suojauksen periaatteet sekä rekisteröidyn tarkastus- ja oikaisuoikeus.¹⁷⁰

Tästä tarkemmin osiossa 5.2.

¹⁶⁹ Pesonen 2012, s. 23.

¹⁷⁰ Pesonen 2012, s. 23.

5 KÄSITTELYN VASTUUT JA VELVOLLISUUDET

5.1 Henkilötietojen käsittelyn periaatteet

EU:n tietosuoja-asetuksen mukaan henkilötietoja on käsiteltävä lainmukaisesti, asianmukaisesti ja rekisteröidyn kannalta läpinäkyvästi. Henkilötietojen on oltava rekisterin käyttötarkoituksen kannalta asianmukaisia, olennaisia ja tarpeellisia.¹⁷¹

Asianmukaisella tarkoitetaan sitä, että rekisteröidyllä on aito mahdollisuus valvoa tietojensa käyttöä sekä valita vapaasti, että hyväksyykö hän tarjotut ehdot vai ei. Hylkäämisestä ei saa aiheutua rekisteröidylle haittaa.¹⁷²

Lainmukaisuudella tarkoitetaan sitä, että henkilötietojen käsittely on sallittua ainoastaan, jos siihen on laissa erikseen määritelty peruste.¹⁷³

Asetuksessa on lueteltu kuusi perustetta henkilötietojen käsittelyyn. Vähintään yhden näistä perusteista on täytyttävä.

1. Henkilö on antanut suostumuksensa henkilötietojensa käsittelyyn yhtä tai useampaa etukäteen määriteltyä käyttötarkoitusta varten. Annetun suostumuksen tulee olla vapaaehtoisesti annettu, yksilöity, tietoinen ja yksiselitteinen tahdonilmaisu.
2. Oikeutettu etu. Tämä on tarpeen, kun rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutettuja etuja toteutetaan. Oikeutettu etu voi olla olemassa silloin, kun rekisteröidyn ja rekisterinpitäjän välillä on merkityksellinen ja asianmukainen suhde (työsuhde, yhdistyksen jäsenyys, osakkuus yrityksessä).
3. Henkilötietojen käsittely perustuu sopimukseen. Henkilötietojen käsittely on tarpeen sopimuksen täytäntöön panemiseksi, jossa rekisteröity on osapuolena, tai ennen sopimuksen syntymistä rekisteröity on pyytänyt toimenpiteitä (esim. pyytää tarjouksen palveluista tai tuotteista).¹⁷⁴

¹⁷¹ Feiler 2018, location 1966.

¹⁷² Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 3.

¹⁷³ Feiler 2018, location 2003.

¹⁷⁴ Hanninen ym. 2017, s.30-32; Voigt ym. 2017, s.101; Feiler 2018, location 2116-2127.

4. Henkilötietojen käsittely perustuu lakisääteiseen velvoitteeseen. Näitä ovat esim. se, että osakeyhtiön on osakeyhtiölain nojalla pidettävä osakasluetteloa, tai yritys on kirjanpitolain perusteella kirjanpitovelvollinen. Lisäksi yritys on velvollinen ilmoittamaan laissa määriteltyjä tietoja esim. verohallintoon.
5. Henkilötietojen käsittely on välttämätöntä henkilön elintärkeän edun suojelemiseksi tai toisen henkilön elintärkeiden etujen suojelemiseksi. Tämä peruste soveltuu tilanteeseen, kun esim. lentoyhtiö tai matkatoimisto käsittelee matkustajatietoja vaaratilanteiden hoitamiseksi.
6. Henkilötietojen käsittely perustuu yleiseen etuun tai julkisen tehtävän hoitamiseen. Kansallisella tasolla tästä säädetään tarkemmin¹⁷⁵ tietosuojalaissa.

Käytännössä pienten ja keskisuurien yritysten toiminnassa yleisimmät käsittelyperusteet ovat rekisteröidyn antama suostumus, rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välinen sopimus ja oikeutettu etu.¹⁷⁶

Yrityksen on hyvä tiedostaa myös se, että suostumuksen liittäminen sopimusehtojen hyväksymiseen ja/tai sopimuksen täytäntöönpanon tai palvelun tarjoamisen ehdoksi, on kiellettyä, jos pyydetään lupaa sellaisten henkilötietojen käsittelyyn, jotka eivät ole tarpeellisia sopimukseen tai palveluun nähden.¹⁷⁷ Eli suostumuksellakaan yritys ei saa käsitellä tarpeettomia tietoja. Henkilötietojen käsittelyyn tulee aina olla perusteltu tarkoitus ja sitä ei voi ohittaa suostumuksella.

Esimerkkinä tästä voisi olla se, että rahoituslaitos pyytää suostumusta, että kolmannet osapuolet käyttävät heidän maksutietojaan suoramarkkinointitarkoituksiin. Tämä

¹⁷⁵Hanninen ym. 2017, s.31; Voigt ym. 2017, s.101; Feiler 2018, location 2116-2127;

¹⁷⁶ Hanninen ym. 2017, s.29.

¹⁷⁷ Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 8. Yleisen tietosuojasetuksen 7 artiklan 4 kohdassa säädetään seuraavaa: ”Arvioitaessa suostumuksen vapaaehtoisuutta on otettava mahdollisimman kattavasti huomioon muun muassa se, onko palvelun tarjoamisen tai muun sopimuksen täytäntöönpanon ehdoksi asetettu suostumus sellaisten henkilötietojen käsittelyyn, jotka eivät ole tarpeen kyseisen sopimuksen täytäntöönpanoa varten.” Ks. myös yleisen tietosuojasetuksen johdanto-osan 43 kappale, jossa todetaan seuraavaa: ”Suostumusta ei katsota vapaaehtoisesti annetuksi, jos ei ole mahdollista antaa erillistä suostumusta eri henkilötietojen käsittelytoimille huolimatta siitä, että tämä on asianmukaista yksittäistapauksissa, tai jos sopimuksen täytäntöönpanon, mukaan lukien palvelun tarjoamisen, edellytyksenä on suostumuksen antaminen huolimatta siitä, että tällainen suostumus ei ole tarpeellista sopimuksen täytäntöönpanemiseksi.”

käsittelytoiminta ei ole tarpeen asiakkaan kanssa tehdyn sopimuksen täytäntöön panemiseksi (tilin avaus) ja tavanomaisten pankkipalvelujen suorittamiseksi (laskujen maksu). Suostumus ei ole vapaaehtoisesti annettu, jos kieltäytyminen johtaisi siihen, että asiakas ei saisi avattua tiliä rahoituslaitokseen tai tästä aiheutuisi nykyisten palveluiden sulkeminen tai palvelumaksujen korottamiseen.¹⁷⁸

5.2 Rekisterinpitäjän velvollisuudet

Rekisterinpitäjän velvollisuudet on kirjattu EU:n tietosuoja-asetukseen. Näiden tietosuojaperiaatteiden taustat löytyvät OECD:n vuonna 1980, ja vuonna 2013 päivittämässä tietosuojasuosituksesta.¹⁷⁹

Informointivelvollisuus: Tällä pyritään turvaamaan rekisteröidyn tiedonsaanti häntä itseään koskevien tietojen käsittelystä. Rekisteröidylle tulee antaa niin kattavasti informaatiota, että hän pystyy arvioimaan rekisterinpitäjän tietojen käsittelyn hyväksyttävyyttä ja asianmukaisuutta. Häntä tulee myös informoida hänen lakiin perustuvista oikeuksista. Nämä tiedot tulee antaa rekisteröidylle viimeistään siinä vaiheessa, kun hänen tietojaan kerätään.¹⁸⁰

Tietosuojaseloste: EU:n yleinen tietosuoja-asetus ei edellytä rekisteri- tai tietosuojaselosteen laatimista. Tietosuoja-asetuksessa ei säädetä nimenomaisesti rekisteri- eikä tietosuojaselosteesta. Asetuksessa säädetään kuitenkin, että rekisteröityjä tulee *informoida mielellään kirjallisesti* henkilötietojen käsittelystä.¹⁸¹

Informointivelvoite: Asetuksessa ei säädetä tietystä informointimuodosta (esim. rekisteriseloste), mutta pääsääntöisesti tiedot on annettava kirjallisesti. Asetuksessa velvoitetaan rekisterinpitäjiä arvioimaan, onko heidän antamansa informaatio kielen ja johdonmukaisuuden kannalta ymmärrettävää. Arvio tulisi tehdä potentiaalisen kohderyhmän kannalta. Tarkoituksena on, että henkilö saa kattavan ja selkeän kuvan

¹⁷⁸ Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 9.

¹⁷⁹ Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2006, s.11 ja The OECD Privacy Framework 2013, s. 2.

¹⁸⁰ Salminen 2009, s.68-69.

¹⁸¹ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta ajankohtaista, artikkeli, Tietosuoja-asetus ei edellytä entisen kaltaista rekisteri- ja tietosuojaselostetta.

henkilötietojen käsittelyn kokonaisuudesta. Tiedot on tarjottava oma-aloitteisesti rekisteröidylle ymmärrettävässä, tiiviissä ja selkeässä muodossa.¹⁸²

Asetuksen mukaan rekisteröidylle on toimitettava vähintään seuraavat tiedot:

1. Rekisterinpitäjän ja mahdollisen edustajan identiteetti ja yhteystiedot
2. Tietosuojavastaavan yhteystiedot (tarvittaessa)
3. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja sekä käsittelyn oikeusperuste
4. Rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutetut edut, jos käsittely perustuu 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan (tasapainotesti)
5. Kyseessä olevat henkilötietoryhmät
6. Henkilötietojen vastaanottajat (tai vastaanottajien ryhmät)
7. Tieto henkilötietojen siirrosta kolmansiin maihin ja näiden siirtojen yksityiskohdat, asianmukaisten suojatoimien yksityiskohdat sekä tieto siitä, miten niistä saa jäljennöksen tai minne ne on asetettu saataville
8. Säilytysaika tai jos ei mahdollista, ajan määrittämiskriteeri
9. Rekisteröidyn oikeudet
10. Oikeus peruuttaa antamansa suostumus, jos käsittely perustuu suostumukseen
11. Oikeus tehdä valitus valvontaviranomaiselle
12. Henkilötietojen antamisen peruste (miksi henkilötiedot tulee antaa)
13. Mistä henkilötiedot on saatu ja onko saatu yleisesti saatavilla olevista lähteistä
14. Automaattisen päätöksenteon (mm. profiloinnin) olemassaolo¹⁸³

Taustalla vaikuttaa vahvasti avoimuuden periaate. Henkilötietojen käsittelyssä tulee noudattaa yleistä avoimuutta. Tietojen rekisteröinnistä, ominaisuuksista, käyttötarkoituksista ja rekisterinpitäjästä täytyy olla saatavilla asianmukaista informaatiota.¹⁸⁴

Huolellisuusvelvoite: Henkilötietoja tulee käsitellä laillisesti, huolellisesti sekä noudattaa hyvää tietojen käsittelytapaa sekä muutoinkin toimia niin, ettei henkilön yksityiselämän suojaa ja muita yksityisyyden suojan turvaavia perusoikeuksia rajoiteta ilman laissa

¹⁸² Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot, kerro käsittelystä rekisteröidylle.

¹⁸³ Euroopan komissio. Tietosuojatyöryhmä. Asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat suuntaviivat. 17/FI WP260 rev.01. s. 36-40.

¹⁸⁴ Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2006, s.11 ja The OECD Privacy Framework 2013, s. 15.

säädettyä perustetta. Automaattisessa tietojen käsittelyssä tulee huolehtia tietoturvasta ja henkilötietojen käsittelyn käyttöoikeus tulee olla vain heillä, jotka tietoa käsittelee.¹⁸⁵

Suunnitteluvuote: Henkilötietojen käsittelyn tulee olla asiallista ja perusteltua rekisterinpitäjän toiminnan kannalta. Ennen rekisterin perustamista henkilötietojen käsittelyn tarkoitus tulee määritellä huolellisesti ottamalla huomioon rekisterinpitäjän liiketoiminnan tavoitteet tulevaisuudessa. Samoin tulee ilmoittaa mistä tiedot hankitaan ja mihin niitä luovutetaan.¹⁸⁶

Henkilötietojen käsittelyn suunnittelu ja henkilötietojen käsittelyn tarkoituksen määrittely on olennaista, jotta rekisterinpitäjä pystyy täysipainoisesti hyödyntämään keräämiään asiakastietoja esimerkiksi kanta-asiakasohjelman suunnittelussa.¹⁸⁷

Käyttötarkoitussidonnaisuus: Tarkoittaa nimenomaisesti sitä, että henkilötietojen käsittelyn määrittelemisen asettaa rajat sille, mitä tarkoituksia varten tietoja voidaan myöhemmin käsitellä. Henkilötietoja saa käsitellä vain tavalla, joka ei ole yhteen sopimaton etukäteen määriteltyjen tarkoitusten kanssa. Myymälä voi kerätä henkilötietoja ja rekisteröidä ostotapahtuman, jos se on välttämätöntä kodinkoneen kotiin kuljettamiselle tai vaikka myyminen laskua vastaan.¹⁸⁸

Tietosuoja-asetuksen mukaan käsittelytavan muuttaminen alkuperäisestä on tuotu esille 13 artiklan kohdassa 3. Sen mukaan, mikäli henkilötietoja aiotaan käsitellä muuhun tarkoitukseen kuin mitä varten tiedot alun perin kerättiin, tulee tästä ilmoittaa rekisteröidylle ennen jatkokäsittelyä.¹⁸⁹

Tarpeellisuusvaatimus: Käsiteltävien henkilötietojen tulee olla etukäteen määriteltyjen käyttötarkoitusten kannalta tarpeellisia. Rekisterinpitäjän tulee pystyä perustelemaan käsiteltävien tietojen tarpeellisuus oman liiketoimintansa kannalta. Yritys ei saa kerätä tai

¹⁸⁵ Paloranta 2008, s.120.

¹⁸⁶ Paloranta 2008, s.121.

¹⁸⁷ Paloranta 2008, s.121.

¹⁸⁸ Paloranta 2008, s.121 ja Pitkänen ym. 2014, s.89.

¹⁸⁹ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus), s. 41.

käsitellä tarpeettomia henkilötietoja.¹⁹⁰ Esim. jos yritys myy auton renkaita, oleellinen henkilötieto ei ole se, että rekisteröity on töissä Prismassa tai hän harrastaa lenkkeilyä. Sillä taas saattaisi olla markkinoinnin kannalta merkitystä, että rekisteröity omistaa viisi vuotta vanhan Opelin, jossa on edelleen alkuperäiset kesärenkaat.

Virheettömyysvaatimus: Virheellisiä, epätäydellisiä tai vanhentuneita henkilötietoja ei saa käsitellä. Rekisterinpitäjän vastuulla on huolehtia, että tällaiset tiedot oikaistaan, täydennetään tai poistetaan. Tämä asettaa rekisterinpitäjälle oma-aloitteisen valvontavastuun. Hyvän tietojenkäsittelyn periaate onkin, että osoitetiedot päivitetään luotettavasta tietolähteestä vähintään kerran vuodessa ja samalla kuolleet henkilöt poistetaan rekisteristä.¹⁹¹

Henkilötietojen poistaminen ja arkistointi: Kun henkilötietojen käyttötarve (sidoksissa käyttötarkoitukseen) päättyy, tiedot tulee poistaa.¹⁹² Yleisessä tietosuojasetuksessa ei säädetä suostumuksen kestoja koskevasta aikarajasta. Suostumuksen kesto riippuu asiayhteydestä, alkuperäisen suostumuksen laajuudesta ja rekisteröidyn odotuksista. Jos käsittelytoimet muuttuvat tai kehittyvät huomattavasti alkuperäisestä käyttötarkoituksesta, alkuperäinen suostumus ei ole enää pätevä. Tällaisessa tapauksessa täytyy saada uusi suostumus.¹⁹³

Henkilötietojen suojan kesto on sama kuin viranomaisten asiakirjojen. Viranomaisten asiakirjojen salassapitoaika on 25 vuotta, ellei toisin ole määrätty. Tietyt salassa pidettävien asiakirjojen salassapitoaika on 50 vuotta henkilön kuolemasta. Jos kuolinhetkestä ei ole tietoa, aika on 100 vuotta.¹⁹⁴

¹⁹⁰ Paloranta 2008, s.122.

¹⁹¹ Paloranta 2008, s.122.

¹⁹² Kemppinen 2011, s.122.

¹⁹³ Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 23.

¹⁹⁴ Kemppinen 2011, s.122.

5.3 Rekisteröidyn oikeudet

Tietosuojalainsäädännöllä Euroopassa, kuin muuallakin pyritään vahvistamaan rekisteröidyn oikeuksia ja heidän tietoisuuttaan näistä oikeuksista.¹⁹⁵ Tämä on ollut selkeänä suuntaviivana jo 1980-luvulta OECD:n tietosuojasuosituksissa, jossa suositeltiin yksilön osallistumisesta ja siitä, että yksilölle on taattava oikeus tietoihinsa.¹⁹⁶ Käytännössä tämä on toteutunut lähes identtisenä tietosuoja-asetuksessa, jossa on määritelty rekisteröidyn oikeudet.

Tietosuoja-asetuksessa määritellään rekisteröidyn oikeudet. Niitä ovat:

1. Oikeus saada informaatiota henkilötietojen käsittelystä
2. Oikeus saada nähtäväkseen tiedot mitä hänestä on tallennettu
3. Oikeus oikaista virheellisiä tai puutteellisia tietoja
4. Oikeus poistaa tiedot (oikeus tulla unohdetuksi)
5. Oikeus rajoittaa ja vastustaa tietojen käsittelyä¹⁹⁷

Rekisteröidyllä eli henkilöllä, jonka tiedot ovat rekisterissä, on tietyissä tilanteissa oikeus rajoittaa omien henkilötietojensa käsittelyä. Tarpeen vaatiessa voit myös vastustaa henkilötietojesi käsittelyä. Tällöin henkilötietojasi ei saa käsitellä ollenkaan.¹⁹⁸

Rekisteröity voi milloin tahansa käyttää oikeuttaan vastustaa henkilötietojensa käsittelyä, kun käsittely perustuu oikeutettuun etuun, yleisen edun tai julkisen vallan vuoksi.¹⁹⁹

Rekisteröidyn tulee tuolloin vedota henkilökohtaiseen erityiseen tilanteeseensa liittyvällä perusteella. Kun peruste on olemassa, yritys ei saa käsitellä rekisteröidyn henkilötietoja oikeutetun edun perusteella. Asetuksessa ei kuitenkaan ole määritelty, että mitä tämä henkilökohtainen erityinen tilanne pitää sisällään. Sen arviointi jätetään yrityksen vastuulle. Tämän lisäksi yrityksen vastuulla on informoida rekisteröityä tästä vastustamisoikeuden

¹⁹⁵ Adweek. 2018. Euroopassa sääntely on GDPR ja Yhdysvalloissa CCPA. Molemmissa tarkoitus vahvistaa yksilön oikeuksia omiin tietoihinsa mutta pyrkimyksenä myös uudelleenmäärittämään käsite ”personal information” eli yksityinen tieto.

¹⁹⁶ Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos 2006, s.11 ja The OECD Privacy Framework 2013, s. 15.

¹⁹⁷ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja rekisteröidyn oikeudet.

¹⁹⁸ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta yksityishenkilöt ja kun et halua, että tietojasi käsitellään.

¹⁹⁹ Hanninen ym. 2017, s.33 ja Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta yksityishenkilöt ja kun et halua, että tietojasi käsitellään.

perusteesta viimeistään silloin, kun yritys on ensimmäisen kerran yhteydessä rekisteröityyn. Jos kyse on suoramarkkinoinnista eli oikeutetun edun perusteesta, rekisteröidyn ei tarvitse perustella vastustamista.²⁰⁰

Kun henkilötietoja käsitellään suoramarkkinointia tai muita markkinointitarkoituksia varten, asiakkaalla on oikeus, milloin tahansa ja maksutta vastustaa henkilötietojensa käsittelyä. Tämä koskee myös profilointia siltä osin kuin se liittyy suoramarkkinointiin. Tämä kielto-oikeus on myös kerrottava asiakkaalle.²⁰¹

Toki tähän vastustamisoikeuteen löytyy myös poikkeuksia. Yrityksen täytyy pystyä osoittamaan, että henkilötietojen käsittelyyn on olemassa huomattavan tärkeä ja perusteltu syy, joka syrjäyttää rekisteröidyn edut, oikeudet ja vapaudet. Tällainen syy on ainakin yrityksen lakisääteiset velvollisuudet, kuten palkan- ja verojen maksu, kirjanpito jne. Tämän lisäksi henkilötietojen käsittelyä voidaan vastustamisesta huolimatta jatkaa, jos se on tarpeen oikeusvaateen laatimiseksi, esittämiseksi tai puolustamiseksi.²⁰²

Mikäli peruste suostumuksen peruuttamiselle löytyy, suostumuksen peruuttamisesta ei saa aiheutua hänelle haittaa esim. peruuttaminen olisi maksullista tai siitä seuraa palvelun huonontuminen.²⁰³

²⁰⁰ Hanninen ym. 2017, s.67-68.; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta yksityishenkilöt ja kun et halua, että tietojasi käsitellään.

²⁰¹ Pitkänen ym. 2014, s.210; *Euroopan parlamentti ja neuvosto*. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuojasetus), s. 13.

²⁰² Hanninen ym. 2017, s.67-68.

²⁰³ Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 23.

5.4 Profilointi

Profiloinnissa, eli eri asioiden arvioimisessa ei ole mitään uutta ja sitä on tehty eri tavoin aikojen alusta saakka. Biologisessa yhteydessä organismit ovat arvioineet ja asettaneet eri kategorioihin ympäristöään ja muita organismeja pysyäkseen elossa ja lisääntyäkseen.²⁰⁴

Profilointi on valintojen tekemistä (hyväksymistä ja hylkäämistä) saatujen tietojen (data) pohjalta, oli sitten kyse erilaisista objekteista tai ihmisistä. Profilointi on välttämätön edellytys ihmiskunnan olemassaololle, koska ihmisten on aikojen saatossa pitänyt analysoida ympäristöään ja sopeutua muuttuvaan elinympäristöönsä.²⁰⁵ Se, joka ei sopeudu muuttuviin elinolosuhteisiin, kuolee. Tästä lienee kuuluisin esimerkki dinosaurukset, jotka ovat kuolleet sukupuuttoon.

Profilointia on tapahtunut yhteiskunnassa aina. Ihmiset on jaettu eri ryhmiin yhteiskunnallisen asemansa vuoksi, tai jopa ihonvärinsä vuoksi. Tänä päivänä digitaalisessa ympäristössä profilointi on sitä, että tietomassa (data) meistä ihmisistä analysoidaan ja asetetaan sen perusteella eri kategorioihin.²⁰⁶

Suoramarkkinointia kohdennetaan usein markkinoijan tarpeen mukaan eri kohderyhmille. Joskus on tarpeen hakea kohderyhmiä esimerkiksi maantieteellisen alueen mukaan (Keski-Suomi, Jyväskylä, kaupunginosa Lutakko), ammattiryhmien mukaan (rakennusmiehet, lääkärit, opettajat, kampaajat), sukupuolen (naisille markkinoidaan kosmetiikkaa ja miehille henkilöautoja) tai vaikka iän mukaan (kolmekymppiselle mainostetaan Turkin rantalomaa ja vanhukselle laadukkaita palvelukoteja). Tässä on taustalla kuluttajan profilointi.

²⁰⁴ Greenstein 2017, s. 97-98. Tätä ei tule edes ajatelleeksi, että ympäristön analysointi eli profilointi on tehty aikojen alusta saakka jo elonjäämisen vuoksi. Edelleen samaa tehdään esim. sosiaalisissa yhteyksissä. Analysoidaan keskustelukumppania pohtimalla, että millainen hän on ja millaiset keskustelun aiheet olisivat hänen kanssaan sopivia.

²⁰⁵ Greenstein 2017, s. 97-98.

²⁰⁶ Greenstein 2017, s. 99.

EU:n tietosuoja-asetuksessa profilointi luonnehditaan näin:

*”Profilointi on mitä tahansa henkilötietojen automaattista käsittelyä, jossa henkilötietoja käyttämällä arvioidaan luonnollisen henkilön tiettyjä henkilökohtaisia ominaisuuksia, erityisesti analysoidaan tai ennakoidaan piirteitä, jotka liittyvät kyseisen luonnollisen henkilön työsuoritukseen, taloudelliseen tilanteeseen, terveyteen, henkilökohtaisiin mieltymyksiin, kiinnostuksen kohteisiin, luotettavuuteen, käyttäytymiseen, sijaintiin tai liikkeisiin.”*²⁰⁷

Henkilöllä on oltava oikeus joutumatta hänen henkilökohtaisia ominaisuuksiaan arvioivan tietojenkäsittelyohjelman automaattisen päätöksenteon kohteeksi, jos päätöksestä aiheutuu hänelle oikeudellisia vaikutuksia tai päätös jollain muulla tavoin vaikuttaa häneen merkittävällä tavalla (esim. automaattinen luottopäätös).²⁰⁸

Tietojenkäsittelyohjelma sisältää ns. profiloinnin, joka tarkoittaa erilaisten henkilötietojen automaattista käsittelyä henkilön henkilökohtaisten ominaisuuksien ja kiinnostuksen kohteiden, taloudellisen tilanteen, luotettavuuden tai käyttäytymisen arvioimiseksi.²⁰⁹

Automaattisen tietojenkäsittelyyn ja profilointiin perustuva päätöksenteko olisi kuitenkin sallittava, jos siihen annetaan nimenomainen lupa EU oikeudessa tai kansallisessa lainsäädännössä, ja jos se on rekisterinpitäjän tarjoaman palvelun turvallisuuden ja luotettavuuden varmistamiseksi välttämätöntä, tai jos se on tarpeen henkilön ja yrityksen välisen sopimuksen tekemistä tai täytäntöönpanoa varten tai jos henkilö on antanut siihen suostumuksensa. Käsittelyyn olisi kuitenkin aina soveltaa suojatoimia, kuten käsittelystä ilmoittaminen henkilölle ja hänellä on oikeus vaatia ihmisen osallistumista tietojen käsittelemiseen, hänellä on myös oikeus esittää kantansa päätöksentekoon sekä saada

²⁰⁷ Greenstein 2017, s. 99.; Tietosuojavalvottujen toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely ja automaattinen päätöksenteko ja profilointi.

²⁰⁸ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus), s. 14. Tätä hieman mietin, kun mielestäni rahoituslaitoksilla on käytössä jo täysin automatisoitu luottopäätösjärjestelmä pienempien kulutusluottojen osalta. Siitäahan aiheutuu seuraamuksia, kun tietojärjestelmä tekee luottopäätöksen (hyväksyvä tai hylkäävä) pelkän saatavilla olevan datan perusteella.

²⁰⁹ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus), s. 14.

selvitys kyseisen arvioinnin jälkeen tehdystä päätöksestä ja riitauttaa päätös. Automaattista päätöksentekoa ei saa kohdistaa lapseen.²¹⁰

Tietosuoja-asetuksen profilointisäännöksen soveltumisesta kaupalliseen markkinointiin voidaan antaa varmoja tulkintaohjeita vasta, kun asiaan saadaan lain soveltamista ohjaavaa oikeuskäytäntöä.²¹¹

²¹⁰ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus), s. 14.

²¹¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.210.

6 SUORAMARKKINOINNIN PERUSTE: OIKEUTETTU ETU

6.1 Määritelmä

Suoramarkkinoinnin perusteena on oikeutettu etu.²¹² EU:n tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1. kohdan f. osassa todetaan, että henkilötietojen käsittely on sallittua, jos se on tarpeen rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutettujen etujen toteuttamiseksi, paitsi milloin henkilötietojen suoja edellyttävät rekisteröidyn edut tai perusoikeudet ja -vapaudet syrjäyttävät tällaiset edut, erityisesti jos rekisteröity on lapsi.²¹³

Henkilötietojen käsittely on siis sallittua, jos käsittelyperusteena on oikeutettu etu. Tällöin tulee rekisteröidyn edut ja oikeudet huomioida erityisen tarkkaan. Rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välillä täytyy olla merkityksellinen ja asianmukainen suhde. Tällainen merkityksellinen suhde on esim. asiakas- tai työsuhde.²¹⁴

Rekisteröidyllä on oikeus, milloin tahansa vastustaa omien henkilötietojensa käsittelyä. Tästä vastustamisoikeudesta on kerrottava rekisteröidylle, kun häneen ollaan ensimmäisen kerran yhteydessä. Tieto täytyy esittää selkeästi ja muusta tiedotuksesta erillään. Tällä varmistetaan se, että rekisteröity varmasti huomaa ja ymmärtää, että hänelle tiedotetaan vastustamisoikeudesta. Tietoyhteiskunnan palveluissa (sähköiset palvelut, kuten internet) täytyy olla tekninen ratkaisu, jonka avulla rekisteröity voi automaattisesti käyttää vastustamisoikeuttaan. Vastustamisen jälkeen henkilön henkilötietoja ei saa enää käyttää suoramarkkinointiin.²¹⁵

²¹² Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta yksityishenkilöt ja kun et halua, että tietojasi käsitellään.

²¹³ Euroopan parlamentti ja neuvosto. Asetus (EU) 2016/679 luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus), s. 36.

²¹⁴ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.103; Hanninen ym. 2017, s.32; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu.

²¹⁵ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu. Melkein väittäisin, että ei ihan tuossa laajuudessaan toteudu käytännössä. Olen varsin aktiivi internetin, somen ja verkkokauppojen käyttäjä. Lisäksi minulla on varmaan sata kanta-asiakaskorttia ja en kyllä missään muista edes nähneeni, että minulle olisi kerrottu vastustamisoikeudesta.

6.1 Intressipunninta

Yrityksen eli rekisterinpitäjän oikeutetusta edusta huolimatta henkilötietojen käsittely ei ole sallittua, jos rekisteröidyn edut tai oikeudet syrjäyttävät rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutetut edut. Oikeutetun edun ja rekisteröidyn oikeuksien välinen intressipunninta jää yrityksen vastuulle. Tämä on uutta, sitä ei ole henkilötietolaissa.²¹⁶

Tyypillisimmillään intressipunnintaa täytyy tehdä, jos rekisteröity on alaikäinen tai rekisteröidyn henkilötietoja halutaan käsitellä laajemmassa mittakaavassa kuin voidaan käyttötarkoituksen perusteella katsoa tarpeelliseksi.²¹⁷

Intressipunninnassa yrityksen tulisi huomioida se, että voiko rekisteröity kohtuudella odottaa henkilötietojen keräämisen yhteydessä, että hänen henkilötietoja voidaan käsitellä yrityksen kulloinkin itse määrittelemää tarkoitusta varten. Rekisteröidyn oikeudet yleensä syrjäyttää yrityksen oikeutetun edun esim. silloin, kun henkilötietoja käsitellään olosuhteissa, joissa rekisteröity ei voi odottaa jatkokäsittelyä.²¹⁸

Intressipunninnassa tulee huomioida, että oikeutettuun etuun liittyvät intressit voivat vaihdella vähäisistä melko tärkeisiin tai jopa pakottaviin intresseihin. Myös vaikutukset rekisteröidyn etuihin ja oikeuksiin voivat vaihdella enemmän tai vähemmän vähäisestä vakaviin. Rekisterinpitäjän intressit syrjäyttävät rekisteröidyn intressit, mikäli vaikutukset rekisteröidylle ovat vähäisempiä kuin on rekisterinpitäjän intressi. Merkittävät ja pakottavat rekisterinpitäjän intressit voivat tietyissä tilanteissa syrjäyttää rekisteröidyn intressit²¹⁹ esim. kirjanpitolain määräykset.

²¹⁶ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.104; Hanninen ym. 2017, s.33. Intressipunninta tulee olemaan haastavaa, koska se on jätetty yrityksen vastuulle. Varmasti harhalaukauksia tulee sattumaan ja toki rekisterinpitäjä varmasti tulkitsee intressipunnintaa omaksi edukseen.

²¹⁷ Hanninen ym. 2017, s.33.

²¹⁸ Hanninen ym. 2017, s.33.

²¹⁹ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu. Pakottavat intressit ovat viranomaisten määräykset, lait ja asetukset.

Se, voidaanko rekisterinpitäjän oikeutettu etu katsoa oikeutetuksi, saadaan selville tasapainotestillä. Siinä rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen etua punnitaan rekisteröidyn etuja ja oikeuksia vasten.²²⁰

Intressipunninnasta löytyy korkeimman hallinto-oikeuden ratkaisu 17.8.2018, KHO:2018:112. Ratkaisutekstin mukaan Tietosuojavaltuutettu oli määrännyt rekisterinpitäjä Google Inc.:n poistamaan kaksi url-hakutulosta, joista ilmeni tietyn henkilön henkilötietoja. Arvioitavana oli, että olivatko tiedot tarpeettomia ja olisiko ne voitu määrätä poistettavaksi.

”Oikeuteen tulla unohdetuksi liittyvässä Euroopan unionin tuomioistuimen tuomiossa C-131/12 on katsottu, että Euroopan unionin perusoikeuskirjan 7 ja 8 artiklassa tarkoitetut rekisteröidyn oikeudet syrjäyttävät lähtökohtaisesti suurella yleisöllä olevan intressin saada rekisteröidyn henkilötietoja hänen nimellään tehtävän haun perusteella. Näiden oikeuksien ja intressien välillä on kuitenkin pyrittävä löytämään oikeudenmukainen tasapaino.

Hakija oli tuomittu alentuneesti syyntakeisena tehdystä murhasta vankeusrangaistukseen. Vaikka rikollista tekoa ja rangaistusta koskevat tiedot sinänsä olivatkin henkilötietolaissa tarkoitettuja arkaluonteisia henkilötietoja, hakijalla oli henkirikoksen tekemisen vuoksi katsottava olleen unionin tuomioistuimen tuomiossa C-131/12 tarkoitettu yksityiselämän suojan ja sananvapauden välisen intressipunninnan kannalta merkityksellinen asema julkisuudessa.

Intressipunninnassa oli toisaalta otettava huomioon, että poistettaviksi määrättyjen hakutulosten välityksin saatavat tiedot hakijan terveyden- ja mielentilasta olivat yksityiselämän suojan ydinalueelle kuuluvia, henkilötietolaissa tarkoitettuja arkaluonteisia henkilötietoja. Samoin punninnan kannalta oli merkityksellistä, että hakutuloksissa tarkoitetut internet-sivustot olivat hakukoneen avulla löydettävissä muutoinkin kuin juuri hakijan nimellä tehtävän haun perusteella. Hakutulosten poistamisen ei voitu arvioida muutoinkaan juurikaan rajoittavan yleisön tosiasiallista mahdollisuutta yhteiskunnalliseen keskusteluun tai muutakaan sananvapauden käyttämistä.

²²⁰ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu.

Edellä kuvatuissa olosuhteissa yleisön intressi saada hakijan terveyden- ja mielentilaa koskevat arkaluonteiset tiedot ei syrjäyttänyt hänen oikeuttaan yksityiselämän ja henkilötietojen suojaan. Hakutulokset oli voitu määrätä poistettaviksi.”

Oikeutettu etu ja niiden välistä intressipunnintaa ei käsitteenä ole tarkasti yksilöity laissa, joten se varmasti aiheuttaa tulevaisuudessa epävarmuutta.²²¹

²²¹ Voigt ym. 2017, s.104.

7 MARKKINOINTI JA HENKILÖTIEDOT

Yksityishenkilöiden eli kuluttajien ja yritysten edustajien henkilötiedot ovat markkinoinnissa elintärkeää ja kiinnostavaa dataa. Markkinoijat keräävät entistä enemmän ja yksityiskohtaisempaa tietoa asiakkaistaan.²²² Tiedoilla käydään myös kauppaa. Surullisen kuuluisa tästä on Facebook, joka on jakanut (vai myynyt?) käyttäjiensä henkilötietoja kolmansille.²²³ Facebook on ollut näistä henkilötietojen vuotamisesta julkisuudessa useita kertoja.

Henkilötietojen kerääminen ja käsittely markkinointitarkoituksiin tuo etuja asiakkaille, mutta myös markkinoijille itselleen. Tietojen avulla markkinoijat voivat kehittää tuotteitaan ja palveluitaan sekä muutoinkin kehittää omaa liiketoimintaansa analysoidessaan kerättyjä asiakastietoja. Tämä mahdollistaa sen, että yritys voi jatkossa tarjota asiakkailleen entistä parempia tuotteita ja palveluita. Tämän lisäksi yritys pystyy kohdentamaan markkinointiviestejään entistä tarkemmin potentiaalisille asiakkaille sekä yrityksen tuotteista ja palveluista kiinnostuneille.²²⁴

7.1 Markkinointi käsitteenä ja keskeisin lainsäädäntö

Vuoden 2008 uudistettiin kuluttajansuojalain markkinointisäännöksiä. Tuolloin hallituksen esityksessä tuotiin esille se seikka, että markkinoinnin käsite on laaja. Sillä tarkoitetaan kaupallista viestintää (mainonta), kaupanteon yhteydessä annettuja tietoja sekä erilaisia myyminen edistämiskeinoja (alennukset, lisäedut ja markkinointiarpajaiset). Markkinoinnilla edistetään tuotteen tai palvelun myyntiä, mutta myös yrittäjän ja yrityksen imagoa.²²⁵

Asiakasviestintää on taas yhteydenpito asiakkaan kanssa asiakassuhteen hoitamiseksi, joka ei sisällä markkinointia. Asiakasviesti sisältää tietoa mm. asiakkaan nykyisistä palveluista, niiden jatkuvuudesta, muuttumisesta²²⁶ tai lopettamisesta.

²²² Koivumäki-Häkkänen 2017, s.165.

²²³ BBC News 2018. Facebook väittää, että heillä on kuluttajien suostumus luovuttaa henkilötietoja kolmannelle. Facebook on luovuttanut tietoja mm. Amazonille, Appllelle, Netflixille ja Spotifylle. Tämä antaa heille kilpailuetua ja vääristää vapaata kilpailua, eikö?

²²⁴ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.165.

²²⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.15-16.

²²⁶ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.15-16. Rajavedon ymmärtäminen on tärkeää. Markkinointiin kuluttajille on tarkat säännökset, joista kerron jäljempänä. Asiakasviestintää saa harjoittaa vapaammin.

Markkinointiin sovelletaan markkinointilainsäädäntöä. Markkinointia koskevat säännökset eivät koske asiakasviestintää. Tästä syystä yrittäjän tulee ymmärtää kummatkin käsitteet ja osata erottaa toisistaan markkinointiviestintä ja asiakasviestintä. Juridiikan näkökulmasta oleellista on se, tehdäänkö toimenpiteitä kaupallisessa myyminen edistämistarkoituksessa, jonka tavoitteena on lisätä markkinoijan tuotteiden ja palveluiden myyntiä.²²⁷ Jos vastaus on kyllä, kyseessä on markkinointia.

Markkinointi on keskeinen osa yrityksen liiketoimintaa ja tärkeä yrityksen menestystekijä. Markkinoinnin avulla viestitään omista palveluista ja erotutaan kilpailijoista. Markkinointitoimenpiteet perustuvat asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakastarpeiden tyydyttämiseen paremmin kuin kilpailijat.²²⁸

Digitalisaatio ja sitä kautta sosiaalinen media on mullistanut markkinoinnin kenttää viime vuosina räjähdysmäisesti. Markkinointi siirtyy sinne, mistä ihmiset tavoitetaan parhaiten, eli Facebookiin, YouTubeen, Instagramiin, Twitteriin ja esim. Blogeihin. Markkinoinnin lainsäädäntö pätee myös sosiaalisen kanavan hyödyntämisen markkinointitarkoituksiin.²²⁹

Lainsäädännön tulee mahdollistaa yrityksille taloudellisen kehityksen, tehokkaan markkinoinnin kautta, vaikka samalla yrityksen tulee huomioida yksityisyyden suoja. Vastavaateena on taas se, että kuluttajat taas haluavat entistä enemmän kohdennettua suoramarkkinointia. Kohdennettu markkinointi edellyttää, että yritys tuntee asiakkaansa. Näiden intressien, kohdennetun suoramarkkinoinnin ja yksityisyyden välillä pitäisi olla sovelias tasapaino.²³⁰

Keskeisin kuluttajamarkkinoita sääntelevä laki on kuluttajansuojalaki (38/1978) vuodelta 1978. Markkinointia koskevat perussäännökset ovat olleet laissa aina, vaikka lakia on laajennettu ja muutettu useita kertoja.²³¹ Toinen tärkeä laki markkinoinnin kannalta on laki

²²⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.15 ja s.17.

²²⁸ Bergström ym. 2016, s.10.

²²⁹ Paloranta 2014, s.157.

²³⁰ Helopuro ym. 2004, s.164. Asiakkaan tuntemisella viitataan siihen, että yrityksellä tulee olla yksityiskohtaista tietoa asiakkaastaan, hänen käyttäytymisestään, ostotarpeistaan ja haluistaan. Jos yrittäjä tietää, että henkilö A on ammatiltaan liikunnan opettaja ja harrastaa vapaa-aikana uintia, yrityksen on helpompaa kohdentaa markkinointia liikuntavälineisiin. Voidaanko henkilön ammattinsa päätellä, että hänellä olisi terveelliset elämäntavat? Jos yritys näin päättelisi, yritys ei markkinoisi asiakkaalle makeisia, virvoitusjuomia tai laihdutuslääkkeitä?

²³¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.23.

sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa (1061/1978). Sitä sovelletaan B2B markkinoinnissa²³² eli yritysten väliseen markkinointiin.

Kuluttajille suunnatun markkinoinnin sääntelyllä on vahva eurooppaoikeudellinen ulottuvuus. EU:ssa säädettiin vuonna 2005 direktiivi sopimattomasta kaupallisesta menettelystä (2005/29/EY).²³³ Siinä henkilöön kohdistuvan suoramarkkinoinnin lupapyyntöjärjestelmä (ennakkosuostumus) oli suurin tavoite. Suomi oli tosin tämän jo omaksunut vanhan televiestinnän tietosuojadirektiivin myötä vuonna 1999.²³⁴

Markkinointia säännellään kansallisella tasolla myös tietosuojalainsäädännössä, joista keskeiset ovat tietosuojalaki (astui voimaan 1.1.2019, kumoten vanhan henkilötietolain) sekä laki sähköisen viestinnän palveluista (ent. tietoyhteiskuntakaari). Näissä säädöksissä säädellään mitä tietoja asiakkaista saa kerätä yrityksen henkilörekistereihin ja miten näitä henkilötietoja saa hyödyntää suoramarkkinoinnissa.²³⁵ Myös OECD on antanut suosituksensa henkilötietojen käsittelyyn jo vuonna 1980. Suositusta on päivitetty vuonna 2013, ja on edelleen monelta osin ajantasainen.²³⁶

EU:n tasolla tietosuojalainsäädäntö uudistui merkittävästi kun 25.5.2016 säädettiin EU:n yleinen tietosuoja-asetus. Asetus tosin sisältää useita kohtia, joiden tarkempi sääntely on jätetty komission ja jäsenmaiden tehtäväksi, joten vielä ei ole selvillä kaikki suoramarkkinointiin liittyvät käytänteet.²³⁷ Tämän rinnalle on myös suunnitteilla asetus yksityiselämän kunnioittamisesta ja henkilötietojen suojasta sähköisessä viestinnässä (ePrivacy). EPrivacy-asetuksen tarkoituksena olisi tarkoitus parantaa yksityiselämän suojaa sähköisten viestintäpalvelujen käyttäjille, mutta samalla varmistaa tasapuoliset toimintaedellytykset yrityksille, sekä luoda yrityksille uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

²³² Hoikka ym. 2016, s.123.

²³³ Hoikka ym. 2016, s.123.

²³⁴ Helopuro ym. 2004, s.168. Muut Euroopan maat saattoivat direktiivillä voimaan kieltomahdollisuuden. Myöhemmin muut valtiot seurasivat Suomen ja Saksan mallia lupapyyntöjärjestelmän säätämisessä. Yhdysvalloissa on edelleen tästä poikkeava tietosuojalainsäädäntö ja se aiheuttaakin eurooppalaisille kiusaa ja kustannuksia.

²³⁵ Pitkänen 2017, s.44 ja Koivumäki-Häkkänen 2018, s.29.

²³⁶ The OECD Privacy Framework 2013, s. 1.

²³⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.29.

Lisäksi sillä taataan sähköisen viestinnän tietojen, laitteiden ja palvelujen vapaa liikkuvuus unionissa.²³⁸

Asetuksessa säädettäisiin nimenomaisesti viestinnän sisällöstä ja metatiedoista, annettaisiin yksinkertaisemmat säännökset evästeistä ja paremmat mahdollisuudet suojautua roskapostilta.²³⁹

EPrivacy tulee myös todennäköisesti muuttamaan sähköisen suoramarkkinoinnin sääntelyä.²⁴⁰ Tähän tietoon on odotettavissa, että ePrivacy saatetaan voimaan yhden tai kahden vuoden kuluessa.

Ehdotettava ePrivacy-asetus olisi erityissäädös (*lex specialis*) suhteessa yleiseen tietosuoja-asetukseen. EPrivacy-asetuksella täsmennetään ja täydennetään henkilötiedoiksi luokiteltavia tietoja. Kaikki henkilötietojen käsittelyyn liittyvät kysymykset, joita ehdotus ei nimenomaisesti kata, kuuluvat yleisen tietosuoja-asetuksen soveltamisalaan.²⁴¹ Näin ollen molempia asetuksia tulee soveltaa rinnakkain.

Suomessa tietosuojavaltuutetun toimisto, ja siellä erityisesti tietosuojavaltuutettu arvioi markkinointia henkilötietolainsäädännön näkökulmasta. Tietosuojavaltuutetun tehtävänä on nimenomaa käsitellä ja ratkaista henkilötietojen käsittelyä koskevia asioita. Hänen ensisijaisena tehtävänä on vaikuttaa ennakoon, ennaltaehkäisevästi rekisterinpidon lainmukaisuuteen, kehittää hyvää tietojenkäsittelytapaa ja ehkäistä tietosuojaloukkausten tapahtumista. Tietosuojavaltuutettu onkin näkyvässä roolissa julkaisemassa yleistä ohjausaineistoa EU:n tietosuoja-asetuksesta, tulevasta ePrivacysta ja erityisesti siitä, miten asetukset vaikuttaa henkilötietojen käsittelyyn markkinoinnissa.²⁴²

²³⁸ Euroopan komissio. Lehdistötiedote 10.1.2017. Komissio ehdottaa korkeatasoisen yksityisyydensuojan varmistavia sääntöjä kaikkeen sähköiseen viestintään ja päivittää EU:n toimielimiä koskevia tietosuojasääntöjä, s.1; Euroopan komissio. COM (2017) 10 final., s.2.

²³⁹ Euroopan komissio. Lehdistötiedote 10.1.2017. Komissio ehdottaa korkeatasoisen yksityisyydensuojan varmistavia sääntöjä kaikkeen sähköiseen viestintään ja päivittää EU:n toimielimiä koskevia tietosuojasääntöjä, s.1-2.

²⁴⁰ Tietosuoja 2018. Kohta Tietosuoja ja sieltä suoramarkkinointi.

²⁴¹ Euroopan komissio. COM (2017) 10 final., s.2-3. Tämä tarkoittaa lisävaadetta yrityksille. Heidän on tunnettava tietosuoja-asetuksen sisältö sekä myös ePrivacy-asetuksen sisältö.

²⁴² Koivumäki-Häkkänen 2018, s.30; Tietosuoja 2018. Kohta Tietosuoja ja sieltä suoramarkkinointi. Ohjausta ja tietoa on hyvä saada, koska yrityksellä on varmasti rajalliset resurssit opetella, etsiä tietoa ja tulkita säännöksiä. Yrityksen ensisijainen painopiste, kun on kuitenkin omien tuotteiden ja palveluiden myynnissä, varsinkin pienyrityksissä.

7.2 Henkilötietojen käsittely markkinoinnissa

Markkinointi kuluttajalle sähköpostiviestein, teksti- ja puheviestein sekä automaattisten soittojärjestelmien avulla on helppoa, nopeaa ja tehokasta. Tämä aiheuttaa lähinnä rasitteita ja kustannuksia vastaanottajalle, kun viestejä täytyy erotella ja poistaa tärkeiden viestien joukosta. Samaten valtava määrä ei haluttuja viestejä saattavat aiheuttaa ongelmia viestintäverkoissa ja päätelaitteissa esim. ruuhkauttamalla palvelun. Tästä syystä on perusteltua edellyttää asiakkailta ennakolta saatua suostumusta suoramarkkinointiin.²⁴³

Markkinoinnissa, erityisesti suoramarkkinoinnissa käsitellään nykyisten asiakkaiden ja potentiaalisten, mahdollisesti uusien asiakkaiden (kutsutaan myös nimellä ”prospekti”) henkilötietoja. Tämän vuoksi markkinoinnissa tulee ottaa huomioon myös henkilötietolainsäädäntö.²⁴⁴

Tietosuoja-asetuksen mukaan henkilötietoja voidaan käsitellä sähköisessä suoramarkkinoinnissa, jos siihen on asiakkaan suostumus ja suostumus on annettu yksilöitynä tiettyä tai tiettyjä tarkoituksia varten.²⁴⁵ Laissa sähköisen viestinnän palveluista on tästä perussäännös luonnollisille henkilöille: Opt-in tarkoittaa sitä, että asiakkaalta tarvitaan ennakkosuostumus ja Opt-out, että henkilöllä on oikeus käyttää kielto-oikeuttaan.²⁴⁶

Mikäli suostumuksen on hankkinut asiakkaalta ennen tietosuoja-asetuksen voimaantuloa, ei tarvitse automaattisesti hankkia uutta suostumusta. Hankittu suostumus on edelleen pätevä, jos se on yleisessä tietosuoja-asetuksessa säädettyjen edellytysten mukainen.²⁴⁷

Suostumus voi olla kirjallinen tai suullinen. Mutta, koska yrityksellä on suostumuksen olemassaolon näyttövelvollisuus, kannattaa suostumus tehdä kirjallisena.²⁴⁸

²⁴³ Helopuro ym. 2004, s.168. Tässä hyvä muistuttaa, että lupajärjestelmä otettiin Suomessa käyttöön jo vuonna 1999. Kyse ei siis ole mistään uudesta asiasta.

²⁴⁴ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.25.

²⁴⁵ Feiler 2018, section. 2248.

²⁴⁶ Hoikka ym. 2016, s.420. ennakkollinen suostumus tarvitaan markkinointiin, joka tapahtuu automatisoitujen soittojärjestelmien, sähköpostiviestein tai vaikka teksti- ja puheviestien avulla.

²⁴⁷ Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 33.

²⁴⁸ Paloranta 2008, s.123.

Henkilötietoja saa käsitellä ilman nimenomaista suostumusta, jos se on välttämätöntä perustuen sopimussuhteeseen, sopimuksen ehtojen täyttämiseen tai lain määrittelemiä velvollisuuksia varten (esim. kirjanpitolaki, verolait).²⁴⁹ Tietosuojasetuksessa on nimenomaisesti mainittu, että henkilötietojen käsittely suoramarkkinointitarkoituksessa voidaan katsoa oikeutetun edun piiriin kuuluvaksi (eli kyseessä on esim. asiakassuhde).²⁵⁰

7.2.1 Säädöksen hierarkia

Henkilötietojen käsittely on laissa tarkasti säännelty. Markkinoijan on olennaista tuntee lakien säännöksistä vähintään perustiedot sekä hallita sallitun ja kielletyn henkilötietojen käsittelyn rajat. Henkilötietolainsäädännön tavoitteena on toteuttaa yksityiselämän suoja ja muita yksityisyyden suoja turvaavia perusoikeuksia henkilötietoja käsiteltäessä. Näin ollen mm. perustuslaki ja henkilötietolainsäädäntö turvaa meidän jokaisen oikeutta yksityisyyteen ja yksityiselämän suojaan.²⁵¹

Markkinoijan tulisi tutustua kuluttajamarkkinoinnin kannalta keskeisimpiin säädöksiin ja ohjeisiin. Näitä ovat EU:n tietosuojasetuksen ja kansallisen tietosuojalain lisäksi erityisesti:

1. Laki sähköisen viestinnän palveluista (ent. tietoyhteiskuntakaari);
Sähköinen suoramarkkinointi
2. Tietosuoja-valtuutetun toimiston ohjeet
3. Markkinointialan itsesääntelyohjeet
4. ICC:n Markkinoinnin kansainväliset perussäännöt, erityisesti luvut c ja d
5. ASML Suomen Asiakkuusmarkkinointiliiton ohjeet ja käytäntösäännöt²⁵²
6. IAB Finlandin (Interactive Advertising Bureau) laatimat eettiset ohjeistukset sosiaalisen median markkinoinnista.²⁵³
7. OECD:n antamat ohjeistukset tietosuojasta vuodelta 1980, päivitetty 2013.²⁵⁴

²⁴⁹ Feiler 2018, section. 2248.

²⁵⁰ Hanninen ym. 2017, s.34.

²⁵¹ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.165.

²⁵² Koivumäki-Häkkänen 2017, s.165.

²⁵³ Paloranta 2014, s.158. Ohjeen tarkoituksena on helpottaa markkinoijaa tekemään sosiaalisen median kampanja lainmukaisesti ja vastuullisesti. Ohje löytyy: www.iab.fi kohdasta ”suositukset”.

²⁵⁴ The OECD Privacy Framework 2013, s. 3.

7.2.2 Nykyisten asiakkaiden henkilötietojen käsittely

Vanhastaan Suomessa on henkilötietojen sääntelyssä puhuttu nykyisistä asiakkaista ja potentiaalisista asiakkaista. Tietosuoja-asetuksen sääntely muuttui siltä osin yleisemmälle tasolle, kun asetuksessa puhutaan vain rekisteröidystä. Tietosuoja-asetuksessa ei säädetä erikseen asiakkaista tai vaikka potentiaalisista asiakkaista (prospektit). Ainoa termi mitä käytetään, on rekisteröity.²⁵⁵

Kumotun henkilötietolain 8 §:n mukaan henkilötietoja sai käsitellä *asiallisen yhteyden perusteella*. Tällainen on, jos rekisteröidyllä on asiakas- tai palvelussuhde, jäsenyys tai muu näihin verrattava suhde rekisterinpitäjään ja rekisterinpitäjän toimintaan. Jos asiakas liittyy kanta-asiakasohjelmaan tai tilaa verkkokaupasta tavaraa, syntyy asiallinen yhteys.²⁵⁶ Tietosuoja-asetuksessa käytetään käsitettä *merkityksellinen ja asianmukainen suhde*. Tällainen merkityksellinen suhde on esim. asiakas- tai työsuhde.²⁵⁷

Asiallinen yhteys on laajempi kuin pelkkä asiakkuus. Perinteisesti ajatellaan, että asiakas on henkilö, joka on joskus ostanut yritykseltä tuotteen tai palvelun. Lainsäädännön mukaan asiakkuus tai asiallinen suhde voi syntyä myös vastikkeettomista seikoista (maksuttomista seikoista), kuten maksuttomaan yhteisöpalveluun rekisteröitymisestä (Facebook, Instagram, Fat Secret) sekä uutiskirjeiden (kauneushoitolan kuukausikirje) tai tuoteluettelon (Ellos, Zalando) tilaamisesta.²⁵⁸

Yrityksen eli markkinoijan vastuulle jää arvioida, että milloin laissa määritelty asiallinen yhteys tai sopimussuhde on syntynyt, ja tämän perusteella asiakkaan tiedot voidaan tallettaa asiakasrekisteriin. Sen jälkeen henkilöön voidaan kohdistaa markkinointia tai muuta asiakasviestintää.

²⁵⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.185.

²⁵⁶ Paloranta 2008, s.123.; Koivumäki-Häkkänen 2018, s.185.

²⁵⁷ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.103; Hanninen ym. 2017, s.32; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu.

²⁵⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.185. Varsinkin sosiaalisen median sovelluksiin liittyessä tiedotetaan aina, että liittyessään henkilö antaa luvan henkilötietojensa käsittelyyn. Monet sosiaalisen median kanavat ovat ilmaisia kuten Facebook, Instagram, Twitter, Snap Chat.

Näin ollen markkinoijan ensisijainen pyrkimys kannattaa olla asiallisen yhteyden aikaansaaminen, jotta rekisteröidyn tietoja voidaan käsitellä asiakasrekisterissä. Asiakasrekisterin perusteella yritys voi kerätä laajempia tietoja, hyödyntää näitä tietoja liiketoimintansa ja tuotteittensa ja palveluittensa kehittämisessä ja näin ollen myös tarjota entistä kohdennetumpaa ja kiinnostavampaa viestintää.²⁵⁹

Varman päälle pelatessa voidaan todeta asiallisen yhteyden syntyneen ja siten asiakkaan ennakkollista suostumusta ei tarvita, jos seuraavat ehdot täyttyvät:

1. Yhteystiedot on saatu tuotteen myynnin yhteydessä ja;
2. Viestissä markkinoidaan ainoastaan vastaavia tuotteita kuin mitä aikaisemmin oli myyty (ostanut kävelykengät, mainostetaan jatkossa juoksukenkiä).
3. Markkinointiväline on sama (ostaa sähköpostitse kengät, voidaan lähettää markkinointiviestejä sähköpostilla) ja että;
4. Kaupan yhteydessä on informoitu sähköisestä suoramarkkinoinnista ja;
5. Kuluttajalle kerrotaan kielto-oikeudesta jokaisessa markkinointiviestissä.²⁶⁰

Jos taas kenkiä myyvä yritys laajentaa oleellisesti palveluvalikoimaansa sisältymään esimerkiksi uimapukuja tai vaikka korvakoruja, onko asiakkuus ja asiallinen suhde edelleen olemassa? Vai tarvitaanko intressipunnintaa ja kenties uusi suostumus asiakkaalta?²⁶¹

7.2.3 *Potentiaalisten asiakkaiden henkilötietojen käsittely*

Tietosuoja-asetus ei sisällä sääntelyä suoramarkkinointirekistereistä. Suoramarkkinointi mainitaan artikkelin 6 sisältämien käsittelyperusteiden kohdalla ja asetuksen perustelutekstissä todetaan, että henkilötietojen käsittelyä suoramarkkinointitarkoituksissa voidaan pitää oikeutetun edun toteuttamiseksi suoritettuna. Oikeutettu etu on peruste potentiaalisten asiakkaiden suoramarkkinointirekisterien ylläpidolle. Tälle on kuitenkin edellytyksenä se, että on syntynyt asiallinen suhde ja vastaanottajille kerrotaan mahdollisuudesta kieltää suoramarkkinointi.²⁶²

²⁵⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.186.

²⁶⁰ Hoikka ym. 2016, s.133. Markkinointivälineen vaatimus on liian tiukka ja tätä eivät kyllä kaikki edes toteuta, rajoittaisi liikaa. Eikö riitä, että asiakas on ostanut kengät verkkokaupasta ja sieltä on saatu asiakkaan sähköpostiosoite ja kotiosoite. Niihin kanaviin voitaisiin lähettää markkinointiviestejä vapaasti.

²⁶¹ Voigt ym. 2017, s.110.

²⁶² Hanninen ym. 2017, s.35 ja Koivumäki-Häkkänen 2018, s.187.

Pelkästään markkinointiarpajaisiin (arvonnat ja kilpailut), osallistuminen ei täytä asiallisen yhteyden muodostamista ja näin ollen rekisteröidyn tietoja ei saa tallentaa asiakasrekisteriin²⁶³ ilman rekisteröidyn suostumusta.

Mikäli markkinointiarpajaisiin osallistuneiden henkilötietoja halutaan tallettaa suoramarkkinointirekisteriin, tulee tästä *informoida* osallistujaa arvontaan tai kilpailuun osallistumisen yhteydessä. Informoinnin esimerkkiteksti voi olla suppeimmillaan, että osallistujien tietoja voidaan käsitellä suoramarkkinointitarkoituksiin tietosuojaselosteessa kuvatulla tavalla ja suoramarkkinointikäytön voi kieltää ilmoittamalla siitä asiakaspalveluun. Tämän lisäksi yrityksen tulee toki pitää huolta siitä, että suoramarkkinointiin liittyvien henkilötietojen käsittely on asiallisesti perusteltua ja tarpeellista.²⁶⁴

Toinen tärkeä potentiaalisten asiakkaiden rekisteri on potentiaalisten *yritysassiakkaiden* suoramarkkinointirekisteri. Tällöin kerätään tietoa *yritysten yhteyshenkilöistä*. Tietosuojasetuksen mukaan yhteyshenkilöistä saa kerätä kaikenlaista tietoa, mikä on tarpeellista, olennaista ja asianmukaista käyttötarkoitustaan varten. Kerättävien tietojen tulee koskea henkilön tehtäviä, roolia tai asemaa yrityksessä.²⁶⁵ Esimerkinomaisesti voitaneen todeta, että siivousyrityksen esimiehen sähköpostiin voidaan lähettää markkinointiviestejä, jotka kohdistuvat siivousvälineisiin- ja aineisiin. Siivousyrityksen esimiehelle ei voitaisi lähettää markkinointiviestejä liittyen puutarhanhoitoon. Puutarhanhoidolla ei ole mitään tekemistä siivoamisen kanssa.

Tästä on hyvä huomata se erikoisuus, että Lakiin sähköisen viestinnän palveluista on otettu itse markkinoijien toiveesta erityisehto. *Puhelinliittymiä* (tänä päivänä myytäneen enää lähinnä matkapuhelinliittymiä kuluttajille) *ei saa markkinoida puhelimitse muuten kuin kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä*. Tätä ei sovelleta teleyrityksen markkinointiin omille asiakkailleen.²⁶⁶ Eli jos asiakkaalla on Elisan puhelinliittymä, Elisa saa soittaa ja myydä nykyisille asiakkailleen uusia Elisan puhelinliittymiä.

²⁶³ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuoja ja suoramarkkinointi ja Koivumäki-Häkkänen 2018, s.186.

²⁶⁴ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.194-195.

²⁶⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.189.

²⁶⁶ Hoikka ym. 2016, s.420. Markkinoijat totesivat itse, että puhelimitse myytäessä on vaikea antaa tarpeeksi ja kattavaa informaatiota asiakkaille ja se tuotti usein ongelmia. Säännös on voimassa määräaikaaisesti, nyt

7.2.4 Rekisterin tietosisältö

Kumotussa henkilötietolaissa oli määritelty mitä markkinointirekisterin tietosisältö saa olla.²⁶⁷ Mielenkiintoista on se, että EU:n tietosuoja-asetuksessa ei luetella, mitä tietoja asiakasrekisteriin saa tallettaa. Asiakkaista saa kerätä kaikenlaista sellaista tietoa, mikä on tarpeellista, olennaista ja asianmukaista käyttötarkoitustaan varten. Ehkä tämä on siksi jätetty avoimeksi, koska kattavan ja tyhjentävän listauksen antaminen olisi mahdotonta. Tietoja täytyy pystyä kirjaamaan yrityksen tarpeiden mukaan, koska yritysten toimiala ja toiminnan luonteet voivat olla hyvinkin toisistaan poikkeavia. Tästä syystä asetukseen on kirjattu tarpeellisuusvaatimus. Tarpeellisuusvaatimus edellytti sitä, että yritys saa kerätä, käsitellä ja tallettaa rekisteriin vain sellaisia tietoja, jotka ovat tietojen käyttötarkoituksen kannalta markkinoijalle tarpeellisia.²⁶⁸

Yrityksen eli rekisterinpitäjän on hyvä ymmärtää myös vastuunsa rekisterin omistajana. Vaikka yritys käyttäisi mainostoimistoa markkinointikampanjan tekemiseen, vastaa rekisterinpitäjä, että mainostoimisto käsittelee henkilötietoja lain mukaan. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että mainostoimiston tulee tuntea yrityksen informointiselosteen sisältö, kun he suunnittelevat, mitä uusia tietoja pyytää asiakkaille kohdistetussa mainoskampanjassa. Muutoin voi käydä niin, että mainostaja pyytää asiakkailta sellaisia tietoja, joiden keräämiseen yrityksellä eli rekisterin omistajalla ei ole oikeutta.²⁶⁹

Hyvä kysymys on myös se, että kauanko tietoja saa pitää rekisterissä. Henkilötietolaissa ei ole määritelty ajallista kestoa.²⁷⁰ Tietosuoja-asetuksessa ajalliseen keston todetaan, että henkilötietoja saa käsitellä niin kauan, kun on olemassa asiallinen yhteys tai sopimussuhde (asiallinen yhteys on voimassa saatavan koko perinnän keston ajan tai takuun voimassaolon ajan). Tämän jälkeen tiedot tulee hävittää kohtuullisen ajan kuluessa. Kohtuullista aikaa ei myöskään ole tarkemmin määritelty. Tietosuoja-asetuksessa todetaan, että henkilötiedot, joiden käsittelylle ei ole enää perusteita tulee hävittää. Käytännössä Suomessa kohtuullisen ajan on tulkittu olevan jopa 2-3 vuotta. Erityislainsäädäntö saattaa toki asettaa poikkeavia

vuoteen 2018 saakka. Markkinointikeinon kokonaiskieltoa voidaan pitää kaupallisen sanavapauden rajoittamisena, joten tästä syystä säännöksen määräaikaisuus on perusteltu.

²⁶⁷ Paloranta 2008, s. 124.

²⁶⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.186 ja 188.

²⁶⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.186. Yrityksen ja mainostoimiston kannattaa tehdä tietojenkäsittelysopimus sen vuoksi, että yritys vastaa siitä, että mainostoimisto käsittelee henkilötietoja lain mukaisesti. Tämä tarkoittaa myös sitä, että yrityksen tulee varmistaa, että mainostoimisto ja sen henkilökunta tuntee lainsäädännökset.

²⁷⁰ Paloranta 2008, s.125.

säilytysvelvoitteita (esim. terveydenhoitoala). Yritys on vastuussa siitä, että tuntee oman toimialansa erityissäännökset.²⁷¹

Kun asiallinen yhteys on päättynyt ja kohtuullinen aika on siitä kulunut, tulee tiedot tuhota asiakasrekisteristä tai karsia tietoja ja siirtää sallitut tiedot yrityksen pysyvään suoramarkkinointirekisteriin.²⁷²

7.3 Sähköinen- ja perinteinen suoramarkkinointi

Suoramarkkinoinnin osalta Suomessa noudatetaan EU:n tietosuoja-asetusta, lakia sähköisten viestinnän palveluista, tietosuojalakia sekä kansallisia suoramarkkinointipykälä.

EU:ssa on lisäksi valmisteilla ePrivacy-asetus, joka valmistunee vasta vuonna 2019-2020. Tällä asetuksella tähdätään suoramarkkinoinnin säädösten harmonisointiin koko EU:ssa.²⁷³

Rekisteröidyllä on milloin tahansa oikeus kieltää henkilötietojensa käsittely suoramarkkinoinnissa. Tämä kiello kattaa myös suoramarkkinointiin liittyvän profiloinnin. Mikäli henkilötietojen käsittelylle on muu peruste, henkilötietojen käsittelyä voidaan jatkaa edelleen näitä muita tarkoituksia varten.²⁷⁴

Rekisteröidylle ilmoitettava selkeästi oikeudesta kieltää henkilötietojensa käsittely suoramarkkinoinnissa. Tämä ns. vastustamisoikeus on esitettävä selkeästi ja muusta tiedostuksesta erillään. Ei siis riitä, että tieto on kirjattu esim. tietosuojaselosteeseen, vaan tieto tulee antaa rekisteröidylle erikseen. Sähköpostimarkkinoinnissa, markkinointiviesteihin tulee sisällyttää ohjeistus siitä, miten rekisteröity voi estää markkinointiviestien vastaanottamisen jatkossa.²⁷⁵

Jos yritys tarjoaa tietoyhteiskunnan palveluita eli etäpalveluita sähköisessä muodossa palvelun asiakkaan pyynnöstä, tulee yrityksen järjestelmän olla sellainen, että asiakas voi

²⁷¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.187.

²⁷² Koivumäki-Häkkänen 2018, s.187.

²⁷³ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.194.

²⁷⁴ Hanninen ym. 2017, s.68.

²⁷⁵ Hanninen ym. 2017, s.68.

käyttää kielto-oikeuttaan automaattisesti teknisiä ominaisuuksia hyödyntäen. Yleensä suoramarkkinointikiellon tekeminen onnistuu helposti palvelun tarjoajan eli rekisterinpitäjän omilla internetsivuilla tai sähköpostissa olevaa linkkiä klikkaamalla.²⁷⁶ Mikäli tällaista linkkiä ei ole, tietosuojavaltuutettu ohjeistaa olemaan yhteydessä sähköpostitse ko. yritykseen.²⁷⁷

7.3.1 Perinteinen suoramarkkinointi

Perinteistä suoramarkkinointia on postitse tapahtuvaa osoitteellista suoramarkkinointia ja puhelimitse soittamalla tapahtuvaa telemarkkinointia. Tähän ei tarvita kuluttajalta ennakkosuostumusta. Näin ollen kuluttajalle saa markkinoida näillä menetelmillä niin kauan, kunnes kuluttaja sen kieltää.²⁷⁸

Postitetun osoitteettoman suoramarkkinoinnin lähettäminen on sallittua, jos vastaanottaja ei ole sitä erikseen kieltänyt esim. asettamalla postilaatikkoon ”ei mainoksia”-ilmoituksen.²⁷⁹

Kuluttajan kielto-oikeudesta on informoitava. Tämän informointivelvoitteen voi täyttää sisällyttämällä ko. informaation esim. tietosuojaselosteeseen tai kertomalla siitä asiakassuhteen tai yhteydenpidon aloitushetkellä.²⁸⁰

7.3.2 Sähköinen suoramarkkinointi

Sähköiseen suoramarkkinointiin eli juurikin esimerkiksi sähköpostimarkkinointiin ei juurikaan tullut muutoksia EU:n tietosuoja-asetuksen myötä. Edelleen tarvitaan asiakkaan ennakkosuostumus. Sähköiseen suoramarkkinointiin sovelletaan tällä hetkellä tietosuoja-asetusta sekä kansallisella tasolla lakia sähköisen viestinnän palveluista ja tietosuojalakia.

²⁷⁶ Hanninen ym. 2017, s.68-69.

²⁷⁷ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuoja ja suoramarkkinointi. Aika laimea kannanotto tietosuojavaltuutetulta. Mikäli tätä mahdollisuutta ei ole, on se lain vastaista, eikö? Sillä on tarkoituksella haluttu hankaloittaa lista poistumista ja näin ei saisi olla. Itsekin olen törmännyt tällaisiin viesteihin.

²⁷⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.194.

²⁷⁹ Hoikka ym. 2016, s.132. Tämä saattaa aikaansaada sen, että mainosrahoitteisia ilmaislehtiäkään ei jaeta postilaatikkoon. Tämä johtuu siitä, ettei kenenkään tarvitse olla osoitteettoman suoramarkkinoinnin kohteena ja voi olla vaikea tehdä eroa mainoksen ja mainosrahoitteisen ilmaislehden välillä.

²⁸⁰ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.194.

EU:ssa on valmisteilla sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin korvaava sähköisen viestinnän tietosuoja-asetus (ePrivacy), jossa tullaan säätämään sähköisestä suoramarkkinoinnista. Tätä asetusta tulkitaan sen jälkeen rinnakkain lain sähköisen viestinnän palveluista kanssa.²⁸¹

Sähköiseen suoramarkkinointiin tarvitaan pääsääntöisesti ennakkosuostumus (eli potentiaaliset asiakkaat). Suostumus täytyy saada asiakkaan aktiivisella toimenpiteellä esim. niin, että asiakas itse rastittaa valintaruudun. Se ei ole sallittua, että rasti on laitettu asiakkaalle jo valmiiksi ja asiakkaan tulisi se poistaa, jos ei halua olla markkinoinnin kohteena. Yrityksellä on näyttövastuu siitä, että ennakkosuostumus on saatu²⁸².

Suostumuksen saamiseen on poikkeuksena *nykyisille asiakkaille* kohdennettu sähköinen suoramarkkinointi.²⁸³

Sähköistä suoramarkkinointia on sähköisesti lähetettävää suoramarkkinointia. Tätä on mm. automatisoitujen soittojärjestelmien (järjestelmä ottaa yhteyden vastaanottajaan automaattisesti ilman, että luonnollinen henkilö suorittaa yhteydenottoa²⁸⁴), sähköpostiviestien, teksti- ja puheviestien, ääni- ja kuvaviestien avulla toteutettu markkinointi.²⁸⁵

Jos varsinaisen markkinointityön suorittaa ihminen, ei ole kiellettyä käyttää automaattisia järjestelmiä esim. numerovalintaan²⁸⁶. Se ei ole silloin automaattinen soittojärjestelmä.

On myös hyvä huomata, että ainakaan vielä kohdennettu verkkomainonta ei kuulu sähköisen suoramarkkinoinnin piiriin.²⁸⁷

²⁸¹ Hanninen 2017, s.35.

²⁸² Hoikka ym. 2016, s.133; Koivumäki-Häkkänen 2018, s.195; Superoffice Inc.2018 ja Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuoja ja usein kysyttyä suoramarkkinoinnista.

²⁸³ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.195.

²⁸⁴ Helopuro ym. 2004, s.169. Järjestelmä valitsee suuresta joukosta ihmisiä tietyillä otantaperusteilla (profiloinnin perusteella) soitettavat henkilöt. Automaattinen soittojärjestelmä on mahdollinen puhelinjärjestelmissä.

²⁸⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.195.

²⁸⁶ Helopuro ym. 2004, s.169.

²⁸⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.195. Verkkomainonta on siis mainoksia, jotka esiintyvät internetissä esim. Iltalehden sivuilla. Samoin Facebookissa, Tori.fi:ssä ja esim. Instagramissa pyörii mainoksia, jotka ovat nimenomaisesti verkkomainoksia. Ne ovat verrattavissa lehtimainoksiin. Näihin ei tarvita vastaanottajan suostumusta.

7.3.3 Sähköisen suoramarkkinointiviestin sisältö ja ulkoasu

Kuluttajansuojalaki lähtee siitä, että markkinoinnin tulee olla tunnistettavaa. Laissa sähköisen viestinnän palveluista (ent. tietoyhteiskuntakaaren 203 §) mukaan vastaanottajan tulee selvästi ja yksiselitteisesti ymmärtää sähköisesti lähetetyn viestin olevan markkinointia.²⁸⁸

Sellaisen suoramarkkinointiviestin lähettäminen on kiellettyä, missä peitetään tai salataan lähettäjän henkilöllisyys (kenen puolesta markkinoidaan), ei ilmoiteta voimassaolevaa osoitetta (osoitelähde), johon vastaanottaja voi lähettää pyynnön, että markkinointiviestintä lopetetaan (kielto-oikeus) tai vastaanottaja pyritään ohjaamaan kuluttajansuojalain 2 luvun säännösten vastaisille verkkosivustoille.²⁸⁹

Kuluttajansuojalain 2 luvun 2 §:ssä säädetään markkinoinnin hyvän tavan vastaisuudesta. Markkinointi on hyvän tavan vastaista, jos se on selvästi ristiriidassa yleisesti hyväksyttyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa ja erityisesti jos markkinointi loukkaa ihmisarvoa, uskonnollista tai poliittista vakaumusta, on muuten syrjivää perustuen esim. sukupuoleen, ikään, etniseen alkuperään, terveydentilaan tai seksuaaliseen suuntautumiseen. Hyvän tavan vastaista on myös esittää, että markkinoija suhtautuu hyväksyvästi toimintaan, jossa vaarannetaan terveyttä, yleistä turvallisuutta tai ympäristöä, ilman, että tähän on asiallista perustetta. On hyvä huomata myös se, että lapsiin kohdistuva markkinointia pidetään hyvän tavan vastaisena, jos siinä käytetään hyväksi lapsen kokemattomuutta tai herkkäuskoisuutta, jos se on omiaan vaikuttamaan haitallisesti lapsen tasapainoiseen kehitykseen tai jos markkinoinnissa pyritään sivuuttamaan vanhempien mahdollisuus toimia täysipainoisesti lapsensa kasvattajina. Lain mukaan katsotaan, että alle 18 vuotias on alaikäinen eli lapsi.

Asiakkaan on myös pystyttävä helposti käyttämään kielto-oikeuttaan. Helpoiten tämä onnistuu sähköpostimarkkinoinnissa niin, että viestissä on linkki, mistä pääsee poistamaan itsensä postituslistalta. Tekstiviestimainonnassa taas viestin perään voi laittaa puhelinnumeron, minne vastaamalla poistuu tekstiviestilistalta. Tässä on markkinoijan

²⁸⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.207.

²⁸⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.207.

tärkeää huomata myös se, että asiakkaalta ei saa periä erillistä, normaalihintaista korkeampaa veloitusta hänen käyttäessään kielto-oikeutta.²⁹⁰

7.3.4 Ennakkosuostumus sähköisessä suoramarkkinoinnissa

Ennakkosuostumuksen täytyy olla nimenomainen ja vapaaehtoisesti annettu. Tämä tarkoittaa kuluttajan omaa aktiivisuutta suostumuksen antamiseen. Tämä voidaan toteuttaa niin, että kuluttaja laittaa rastin ruutuun, mikäli antaa suostumuksensa sähköiseen suoramarkkinointiin. Ei ole siis suositeltavaa käyttää valmiiksi tehtyä rastia, jonka kuluttajan pitäisi poistaa käyttäkseen kielto-oikeuttaan.²⁹¹

Ennakkosuostumuksen pyytämisessä säädetään tietosuoja-asetuksessa siten, että jos asiakas antaa suostumuksensa kirjallisessa ilmoituksessa, joka koskee myös muita asioita, suostumuksen antamista koskeva pyyntö on esitettävä selvästi erillään muista asioista. Pyyntö on esitettävä selkeästi ja ymmärrettävässä muodossa, käyttäen selkeää ja yksinkertaista kieltä.²⁹²

7.3.5 Ennakkosuostumuksen sisältö

Lainsäädäntö ei aseta rajoituksia sille, että mihin kaikkeen suostumusta voidaan pyytää ja kenelle. Yrityksen on syytä miettiä huolellisesti suostumuspyyntönsä sisältöä, jotta se on mahdollisimman kattava. Suostumuspyynnön sanamuoto rajaa yrityksen toimintamahdollisuuksia, eikä markkinoinnin sisältöä tai laajuutta voida laajentaa yksipuolisella päätöksellä. Eli jos suostumuspyynnössä kerrotaan, että asiakkaille lähetetään kaksi kertaa vuodessa sähköpostitse mainoskirje uusista tuotteista, ei yritys voi omalla päätöksellään alkaa lähettämään tarjouksia ja etuja sisältäviä mainoskirjeitä kerran kuukaudessa.²⁹³ Asiakkaalla on milloin tahansa oikeus peruuttaa antamansa suostumus. Lainsäädännössä käytetään termiä ”suoramarkkinoinnin kielto-oikeus”.²⁹⁴

²⁹⁰ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.207.

²⁹¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s. 195-196.

²⁹² Koivumäki-Häkkänen 2018, s.196. Selkeällä ja yksinkertaisella kielellä viitataan varmaan siihen, että kielen tulee olla ns. maallikkokieltä, puhekieltä. Kaikki erikoiset ammattisanat ja erikoiskäsitteet tulee jättää pois.

²⁹³ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201.

²⁹⁴ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201.

Suostumusta voidaan pyytää sähköpostitse, teksti- ja multimediateksteillä tapahtuvaan suoramarkkinointiin. Suostumusta voidaan pyytää vain yrityksen omaan markkinointiin ja suostumusta voidaan laajentaa kohdistumaan myös yrityksen samaan konserniin kuuluviin yrityksiin tai valitsemiinsa yhteistyökumppaneihin (kolmas osapuoli).²⁹⁵

Suostumuksessa tulisi antaa tietoa suoramarkkinoinnin sisällöstä eli esimerkiksi siitä, kuinka usein tapahtuvaan suoramarkkinointiin ollaan suostumusta pyytämässä ja minkä tyyppistä markkinointiaineistoa asiakas tulee saamaan. Sanamuotoa ei kannata kuitenkaan muotoilla liian yksityiskohtaiseksi tai tarkkarajaiseksi, koska yrityksen markkinointitarpeet ja liiketoiminnan muodot yleensä muuttuvat ja kehittyvät.²⁹⁶

Digitaalisella aikakaudella tieto ja taito vanhenee minuuteissa. Vaatii äärimmäistä ketteryyttä pysyä kehityksen mukana. Hyvä esimerkki tästä ovat pankit. Pankit ovat olleet voimakkaassa myllerryksessä viime vuodet. Kassapalveluita on konttoreissa supistettu ja paukut pistetään digitaalisten kanavien kehittämiseen (mobiilipankki, palveluiden maksaminen puhelimen välityksellä).

7.3.6 Suoramarkkinointi ilman ennakkosuostumusta

Suoramarkkinointi ilman ennakkosuostumusta on mahdollista vain nykyisille asiakkaille laissa yksilöidyissä tilanteissa (potentiaalisilta asiakkailta on siis saatava ennakkosuostumus).²⁹⁷ Perusteena on tuolloin voimassa oleva asiakkuus tai asiallinen yhteys.

Nämä laissa yksilöidyt tilanteet ovat:

1. Yritys on saanut asiakkaan tiedot tavaran tai palvelun myynnin yhteydessä. Tällöin;
2. Yritys saa markkinoida asiakkailleen samankaltaisia tuotteita tai palveluita.
3. Asiakkaille tulee myös tarjota selkeä ja lisämaksuton kielto-oikeus yhteystietojen antamisen yhteydessä ja jokaisen lähetettävän viestin yhteydessä.

²⁹⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201. Esimerkkinä Facebook, joka on luovuttanut tietoja esim. Appllelle, Amazonille ja Spotifylle.

²⁹⁶ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201.

²⁹⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201 ja Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuojaja usein kysyttyä suoramarkkinoinnista.

Näiden kolmen ehdon on täytyttävä samaan aikaan.²⁹⁸ Asiakkaan on tullut antaa sähköpostiosoitteensa tai puhelinnumerosa yritykselle siinä yhteydessä, kun asiakas on ostanut yritykseltä tämän tarjoamia tuotteita tai palveluita.

Sähköistä suoramarkkinointia saa lähettää vain se yritys, keneltä asiakas hankki tuotteen tai palvelun. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka yritys kuuluisi konserniin, suoramarkkinointia saa tehdä vain se osakeyhtiö, joka on saanut asiakkaan yhteystiedot tuotteen tai palvelun yhteydessä.²⁹⁹

Tietoja saa siis käyttää vain se yritys, joka on saanut yhteystiedot alun perinkin. Näin ollen yritys ei saa antaa asiakkaansa yhteystietoja kolmannelle, esimerkiksi yhteistyökumppaneilleen.³⁰⁰

Suoramarkkinoinnin sisältöä on myös rajattu siten, että se saa koskea vain samoja tai samankaltaisia tuotteita tai palveluita. Rajauksen perusteena on katsottu olevan se, että asiakas on oletettavasti kiinnostunut samoista tuotteista tai samankaltaisista tuotteista, kun mitä hän on jo aikaisemmin ostanut.³⁰¹

Tuotteiden ja palvelujen moninaisen ja laajan kirjon vuoksi samankaltaisuuden arviointi voi olla hankalaa. On kuitenkin oletettavaa, että yksittäistapauksessa yritys pystyy itse toteamaan, että onko kyseessä samankaltainen tuote tai palvelu kuten laissa edellytetään. Samankaltaisuuden arvioinnissa tulisikin ottaa huomioon kyseessä olevan liiketoiminta-alueen erityispiirteet ja vakiintuneet tulkinnat. Viimekädessä tulkintaa tekee tietosuojaviranomaiset ja kuluttaja-asiamies ja viimein, jos tähän päädytään, tuomioistuin ratkaisee ratkaisupakon nojalla.³⁰²

²⁹⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.202; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta tietosuoja ja suoramarkkinointi. Suostumusta ei tarvita, kun asiakas on yhteisö esim. toimisto@sjokinen.fi. Jos markkinoidaan yrityksen työntekijälle, tulee tuotteiden ja palveluiden liittyä hänen työhönsä. Esim. siivousalan esimiehelle tarjotaan pesuaineita.

²⁹⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.202.

³⁰⁰ Helopuro 2004, s.171. Tietoja sai antaa kolmannelle taholle vain, jos tästä on saatu ennakkosuostumus asiakkaalta.

³⁰¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.202.

³⁰² Helopuro 2004, s.171-172.

Vaikka asiakkaalta ei ennakosuostumusta tarvita, asiakasta on täytynyt informoida tulevasta suoramarkkinoinnista siinä vaiheessa, kun hän on antamassa yhteystietojaan. Yrityksen kannattaakin panostaa tietosuojainformaationsa sisältöön ja laajuuteen, joka asiakkaalle annetaan kaupanteon yhteydessä kerätessä asiakkaan yhteystietoja. Näin välttään ongelmilta. Asiakas ei useinkaan miellä tulleen asiakkaaksi, kun tilaa vaikka jotain tietopalvelua puhelimella tai tietokoneella.³⁰³

Tietosuojavaltuutetun kannanoton mukaan suoramarkkinointi on sallittua vain, jos asiakkaan sähköpostiosoite tai puhelinnumero on saatu myynnin yhteydessä samassa sähköisessä myyntikanavassa. Tämä tarkoittaa sitä, että sähköpostimarkkinoinnissa sähköpostiosoite tulisi saada sähköpostitse ja puhelinmarkkinoinnissa puhelinnumero tulisi saada puhelimitse ja tekstiviestimarkkinoinnissa puhelinnumero tulisi saada tekstiviestillä. Tämä tulkintakannanotto tarkoittaisi sitä, että kivijalkamyymälässä kassalla ostosten yhteydessä annettua sähköpostiosoitetta ei saisi hyödyntää sähköiseen suoramarkkinointiin ilman asiakkaalta saatua suostumusta.³⁰⁴

EU:n lainsäädännöstä eli tietosuoja-asetuksesta ei löydy tälle tietosuojavaltuutetun tiukalle kannalle tukea, eikä tulkintaa ole myöskään arvioitu tuomioistuimessa. Lain sanamuoto ei edellytä saman kanavan käyttämistä, ja riittävää tulisi olla, että kuluttajan yhteystieto on saatu esimerkiksi myymälän kassalla kaupanteon yhteydessä, kirjallisessa tilauslomakkeessa tai verkkokaupassa verkkolomakkeella, samalla informoiden tulevasta sähköisestä markkinoinnista ja tarjoten kieltomahdollisuuden. Näin useat markkinoija toimivatkin.³⁰⁵

Keväällä 2012 tietosuojavaltuutettu oli kehottanut erästä yritystä lopettamaan edellä selostetun suoramarkkinoinnin ilman vastaanottajan ennakosuostumusta, koska yritys ei alun perin saanut samasta kanavasta asiakkaan yhteystietoja. Tietosuojavaltuutettu asetti myös uhkasakon ja oli jo aikaisemminkin huomauttanut yritystä tästä tavasta markkinoida.³⁰⁶

³⁰³ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203.

³⁰⁴ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203;

³⁰⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203.

³⁰⁶ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.204. Hämäävää tässä on mielestäni se, että miten tietosuojavaltuutettu voi asettaa uhkasakon, jos yritys ei ole nimenomaisesti toiminut lain vastaisesti. Tämähän tarkoittaa sitä, että tietosuojavaltuutetulla on omavaltainen päätösvalta tulkita lainsäädäntöä ja määrätä siitä kurinpidollinen seuraamus. Voiko näin olla?

Perinteisesti ajatellaan, että asiakas on henkilö, joka on ostanut yritykseltä tuotteen tai palvelun. On syntynyt asiakkuus. Asiallinen yhteys on kuitenkin laajempi käsite, kuin pelkkä asiakkuus. Lainsäädännön mukaan asiakkuus tai asiallinen suhde voi syntyä myös vastikkeettomista seikoista, kuten maksuttomaan yhteisöpalveluun rekisteröitymisestä sekä uutiskirjeiden tai tuoteluettelon tilaamisesta. Oikeuskäytäntöä ei löydy, että katsottaisiinko maksuttomaan verkkopalveluun rekisteröityminen sellaiseksi ”tuotteen tai palvelun myynniksi”, jonka perusteella markkinoija voisi hyödyntää tämän poikkeuspykälän mukaista oikeutta sähköiseen suoramarkkinointiin.³⁰⁷

Valvontaviranomaisten ohjeet ja linjaukset ovat viranomaisten omia tulkintoja laista. Joskus heidän tulkintansa saattaa olla tiukempi kuin mitä laki edellyttää. Viime kädessä tietosuojalautakunta ja hallintotuomioistuimet ovat toimivaltaisia ratkaisemaan ristiriitoja.³⁰⁸

7.3.7 Suoramarkkinoinnin ja asiakasviestinnän erot

Edellä kerrotut suoramarkkinointia koskevat säännökset koskevat vain suoramarkkinointia, ei asiakasviestintää. Asiakkaalla ei ole lakiin perustuvaa oikeutta kieltäytyä vastaanottamasta asiakasviestintää. Tästä syystä yrittäjän on tärkeää tunnistaa suoramarkkinointia koskevat säännökset ja osata erottaa ne asiakasviestinnästä. Tämä ei aina ole helppoa.³⁰⁹

Arvioinnin pohjaksi kannattaa ottaa lainsäädännössä, lakien esitöissä, oikeuskäytännössä ja viranomaisten tulkinnoissa esitetyt näkemykset.³¹⁰

Kuluttajansuojalain 1 luvun 1 § määrittelee markkinoinnin *”kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinoharjoittajilta kuluttajille.”* Saman lain 1 luvun 3 § määrittelee kulutushyödykkeen seuraavasti *”Kulutushyödykkeellä tarkoitetaan tässä laissa tavaroita, palveluksia sekä muita hyödykkeitä ja etuuksia, joita tarjotaan luonnollisille*

³⁰⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.185 ja s.202.

³⁰⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s. 29. Tietosuojavaltuutetun tehtävänä on valvoa kuluttajan etua ja yksityisyyden suojaa. Tästä syystä viranomaisten tulkinnot saattavat olla tiukempia kuin mitä lainsäädäntö asianmukaiselta markkinoinnilta edellyttää.

³⁰⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.210.

³¹⁰ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.210.

*henkilöille tai joita tällaiset henkilöt olennaisessa määrässä hankkivat yksityistä talouttaan varten.*³¹¹ Lain pykälä on vuodelta 1978 ja on edelleen ajankohtainen.

Kuluttajansuojalain markkinointia koskevat pykälät uudistettiin vuonna 2008. Tällöin hallituksen esityksessä määriteltiin markkinointi käsitteenä seuraavasti:³¹² *”Markkinointi on vakiintunut käsite Suomen oikeusjärjestelmässä. Markkinoinnilla tarkoitetaan kaupallista viestintää, kuten mainontaa, tavarankaukussa tai käyttöohjeissa taikka kaupanteon yhteydessä muuten annettuja tietoja sekä erilaisia myynninedistämiskeinoja, kuten alennuksia, lisäetuja ja markkinointiarpajaisia. Markkinoinnilla voidaan edistää paitsi tietyn kulutushyödykkeen myyntiä myös elinkeinonharjoittajan imagoa yleisemmin.*³¹³

Samaisessa esityksessä otettiin kantaa myös asiakassuhteen määritelmään. Asiakassuhde ei tarkoita pelkästään voimassa olevaa sopimus- tai toimeksiantosuhdetta, vaan pitää sisällään myös elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisiä yhteydenottoja sovitun suorituksen jälkeen (esim. tavarankaukusta toimituksen jälkeen). Tällöin asiakassuhde kattaa tiedon antamisen asiakkaalle tämän oikeuksista ja menettelytavoista hyödykkeen ollessa virheellinen tai esim. miten yritys toimii velan perimisessä (maksamaton lasku).³¹⁴ Näin ollen asiakassuhteen hoitamista eli asiakasviestintää on myös yhteydenpito asiakkaaseen siinä tarkoituksessa, että asiakas saa tietoa valitsemansa tuotteen tai palvelun tilanteesta, jatkuvuudesta tai muuttumisesta.³¹⁵ Tällaisesta on hyvä esimerkki kampaajan lähettämästä viestistä ajanvarauksen vahvistamisesta. Se on asiakasviestintää. Jos viesti sisältäisi mainoksen shampoosta ja hoitoaineesta, kyseessä olisi markkinointia.

³¹¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.210.

³¹² Koivumäki-Häkkänen 2018, s.210.

³¹³ HE 32/2008 vp, s. 19.

³¹⁴ HE 32/2008 vp, s. 19.

³¹⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.211.

7.4 Kerro kaverille toiminto

Markkinoinnissa ovat yleistyneet erilaiset markkinointimuodot, joissa henkilö itse osallistuu omilla toimillaan yrityksen tuotteiden markkinointiin. Kerro kaverille-menetelmässä henkilö välittää tuotevinkkejä, tarjouksia tai kilpailukutsuja kavereilleen sähköpostilla, messenger-viesteillä, tekstiviestein tai vaikka WhatsApp-viestein.³¹⁶

Yrityksen esim. Facebook tai nettisivuilla järjestetään kilpailu, joissa palkintoina esim. tuotepalkintoja. Omia voittomahdollisuuksiaan pystyi parantamaan kutsumalla myös kavereitaan kilpailuun.³¹⁷

Kuluttaja-asiamiehen linjauksen mukaan kyseessä on yrityksen pyrkimys edistää omien tuotteittensa kysyntää. Kerro kaverille-toiminto oli perustettu juuri tätä tarkoitusta varten ja sillä oli päämääränä vaikuttaa kuluttajien toimintaan ja ostopäätöksiin. Kyse on silloin markkinoinnista ja siihen tarvitaan kuluttajalta ennakkosuostumus. Yritys ei voi kiertää lainsäädäntöä sillä, että toimii vain viestien välittäjänä ja viestin välittää todellisuudessa toinen kuluttaja toiselle kuluttajalle.³¹⁸

³¹⁶ Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Kerro kaverille-toiminnoissa noudatettavat periaatteet.

³¹⁷ Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Kerro kaverille-toiminnoissa noudatettavat periaatteet.

³¹⁸ Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Kerro kaverille-toiminnoissa noudatettavat periaatteet.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 Tutkielman tavoite

Historiaan nojautuen johtopäätöksenä voidaan todeta, että OECD:n tietosuojasuositus vuodelta 1980 ja Euroopan neuvoston tietosuojasopimus vuodelta 1981 ovat voimakkaimmin vaikuttaneet tulevien sääntelyiden sisältöön.³¹⁹ Näin ollen voidaan todeta, että OECD:n tietosuojasuositus on kestänyt hyvin ajan hammasta. Sieltä tulevat peruseriaatteen ovat edelleen voimassa ja implementoitu aika laajastikin nykyiseen lainsäädäntöön.

Tutkielman tavoitteena on käsitellä 25.5.2018 sovellettavaksi tulleen EU:n yleisen tietosuojasetuksen vaikutusta markkinointiin henkilötietojen käsittelyn osalta. Tutkielmassa haetaan vastausta siihen, milloin ja miten henkilötietoja saa käyttää markkinointiin ja millä perusteella. Tutkielmassa tutkitaan myös henkilötiedon määritelmää. Mikä on henkilötieto ja onko sen määritelmä selkeä?

Eduskunta hyväksyi 13.11.2018 kansallisen tietosuojalain, joka astui voimaan 1.1.2019. Se täsmentää ja täydentää henkilötietojen käsittelyä koskevaa EU:n yleistä tietosuojasetusta.³²⁰ Se ei muodosta itsenäistä ja kattavaa sääntelykokonaisuutta, vaan tietosuojalakia tulee soveltaa rinnakkain tietosuojasetuksen kanssa. Tämä johtuu siitä, että henkilötietojen suojaa koskevan lainsäädännön aineellinen sisältö tulee pääasiassa tietosuojasetuksesta.³²¹ Näin ollen tutkielman johtopäätökset tulevat nimenomaan EU:n tietosuojasetuksesta.

Tällä hetkellä voidaan todeta, että merkittävimmät muutokset Suomessa voimassa olevaan tietosuojalainsäädäntöön verrattuna ovat kysymykset siihen, millaisessa henkilötietojen käsittelyn perusteella rekisterinpitäjä voi vedota oikeutettuun etuun sekä kysymykset rekisterinpitäjän informointivelvollisuuden laajuudesta. Myös rekisteröidyn oikeudet ovat laajentuneet. Rekisteröidyllä on tietyissä tilanteissa oikeus kieltää häneen kohdistuva profilointi ja asetuksessa myös säädetään, että miten henkilötietoja voidaan siirtää rekisterinpitäjältä toiselle. Tarkennusta on tullut myös siihen, millaisia dokumentteja rekisterinpitäjien tulee laatia, sekä millaisissa tilanteissa yrityksen tulee nimetä

³¹⁹ Korhonen 2003, s. 93.

³²⁰ Eduskunnan tiedote. Tietosuojalait hyväksytty; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, ajankohtaista, artikkelit, Tietosuojalait astuvat voimaan vuoden alussa 2019.

³²¹ HE 9/2018 vp., s.5.; HaVM 13/2018 vp, s.4.

tietosuojavaltuutettu. Uutta on myös ilmoitusvelvollisuus tietosuojaloukkauksista tietosuojaviranomaisille sekä tietyissä tilanteissa henkilölle itselleen sekä sanktioiden määrääminen.³²²

Uusi periaate kansalliseen lainsäädäntöön nähden on henkilötietojen käsittelyä koskeva osoitusvelvollisuus. Rekisterinpitäjän on kyettävä osoittamaan, että henkilötietojen käsittely on tietosuoja-asetuksen mukaista.³²³ Tietosuoja-asetuksessa puhutaan myös riskipohjaisesta lähestymistavasta. Riskipohjaisen lähestymistavan keskeinen ajatus on, että rekisterinpitäjä ja henkilötietojen käsittelijä sovittavat toimenpiteet, joilla se suojaa henkilötietoja, käsittelyyn sisältyvän riskin mukaisiksi. Heidän on siten kyettävä osoittamaan, että valitut toimenpiteet ovat olleet oikeasuhtaisia riskeihin nähden.³²⁴

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että lainsäädäntö on ollut Suomessa jo hyvällä tasolla ja mitään isoja ja radikaaleja muutoksia ei ole tullut. Esimerkiksi EU:ssa vuonna 2005 säädetty direktiivi sopimattomasta kaupallisesta menettelystä (2005/29/EY)³²⁵ sisälsi henkilöön kohdistuvan suoramarkkinoinnin lupapyyntöjärjestelmän (ennakkosuostumus). Suomi oli tämän omaksunut jo vanhan televiestinnän tietosuojadirektiivin myötä vuonna 1999.³²⁶

Vaikka olisi tilanne, että asiakkaalta ei ennakkosuostumusta tarvita, asiakasta on täytynyt informoida tulevasta suoramarkkinoinnista siinä vaiheessa, kun hän on antamassa yhteystietojaan. Yrityksen kannattaakin panostaa tietosuojainformaationsa helppoon saatavuuteen (esim. nettisivuilla) sisältöön ja laajuuteen, joka asiakkaalle annetaan kaupanteon yhteydessä kerätessä asiakkaan yhteystietoja.³²⁷ Vaikka nimenomaisesti juuri tietosuojaselosteeksi nimettyä dokumenttia ei tarvita, on se mielestäni aika kuvaava nimitys. Maallikonkin on ehkä helpompi ymmärtää informaation sisällön laajuus, kun se on nimetty osuvasti tietosuojaselosteeksi.

³²² Koivumäki-Häkkänen 2017, s.166. Koivumäki-Häkkänen 2018, s.170.

³²³ He 9/2018 vp., s.28.

³²⁴ He 9/2018 vp., s.28-29.

³²⁵ Hoikka ym. 2016, s.123.

³²⁶ Helopuro ym. 2004, s.168. Muut Euroopan maat saattoivat direktiivillä voimaan kielto mahdollisuuden. Myöhemmin muut valtiot seurasivat Suomen ja Saksan mallia lupapyyntöjärjestelmän säätämisessä. Yhdysvalloissa on edelleen tästä poikkeava tietosuojalainsäädäntö ja se aiheuttaaakin eurooppalaisille kiusaa ja kustannuksia.

³²⁷ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203.

Miksi sääntely on sitten tärkeää? Markkinointi on keskeinen osa yrityksen liiketoimintaa ja tärkeä yrityksen menestystekijä. Markkinoinnin avulla viestitään omista palveluista ja erotutaan kilpailijoista. Markkinointitoimenpiteet perustuvat asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakastarpeiden tyydyttämiseen paremmin kuin kilpailijat.³²⁸ Johtopäätöksenä voidaan todeta, että ilman markkinointia, yrityksen on aika vaikea menestyä, varsinkin uutena toimijana kun kukaan ei juurikaan vielä tunne yritystä. Jos yritys ei tee mitään markkinointitoimenpiteitä tullakseen tunnetuksi ja löydettyksi asiakkaiden keskuudessa, ei yritys saa tuotteitaan tai palveluitaan myydyksi. Toki tultuaan tunnetuksi ja vakiinnuttaen asemansa markkinoilla voi ollakin, että markkinointia ei tarvitse enää juurikaan tehdä.

Yrityksen vastapuolella on kuluttaja, jota on suojeltava. Hänen suojakseen on säädetty tietosuojalainsäädäntöä. Euroopan unionin perusoikeuskirjan 7 artiklan mukaan turvataan jokaisen yksityiselämän suoja ja 8 artiklan mukaan jokaisella on oikeus henkilötietojensa suojaan. Tätä kiteyttää mielestäni se perusoikeus, että jokaisen yksityisyyttä on suojattava ja kunnioitettava.³²⁹

Tietosuoja-asetus määrittelee, milloin ja millaisella henkilötietojen käsittelyn perusteella rekisterinpitäjä eli yritys voi vedota oikeutettuun etuun sekä mikä on rekisterinpitäjän informointivelvollisuuden laajuus. Rekisterinpitäjän on kyettävä osoittamaan, että henkilötietojen käsittely on tietosuoja-asetuksen mukaista.³³⁰

8.2 Milloin henkilötietoja saa käsitellä markkinointitarkoituksessa

EU:n tietosuoja-asetuksen mukaan henkilötietoja on käsiteltävä lainmukaisesti, asianmukaisesti ja rekisteröidyn kannalta läpinäkyvästi. Henkilötietojen on oltava rekisterin käyttötarkoituksen kannalta asianmukaisia, olennaisia ja tarpeellisia.³³¹

³²⁸ Bergström ym. 2016, s.10.

³²⁹ Guerrier 2016, s. xix; PeVL 14/2018.

³³⁰ He 9/2018 vp., s.28.

³³¹ Feiler 2018, location 1966.

Asianmukaisella tarkoitetaan sitä, että rekisteröidyllä eli asiakkaalla on aito mahdollisuus valvoa tietojensa käyttöä sekä valita vapaasti, hyväksyykö hän tarjotut ehdot vai ei. Hylkäämisestä ei saa aiheutua asiakkaalle haittaa kuten palvelujen epääminen.³³²

Lainmukaisuudella tarkoitetaan sitä, että henkilötietojen käsittely on sallittua ainoastaan, jos siihen on laissa erikseen määritelty peruste.³³³

Asetuksessa on lueteltu kuusi perustetta henkilötietojen käsittelyyn. Vähintään yhden näistä perusteista on täytyttävä, aina.

1. Henkilö on antanut suostumuksensa henkilötietojensa käsittelyyn yhtä tai useampaa etukäteen määriteltyä käyttötarkoitusta varten. Annetun suostumuksen tulee olla vapaaehtoisesti annettu, yksilöity, tietoinen ja yksiselitteinen tahdonilmaisu.³³⁴
2. Oikeutettu etu. Tämä on tarpeen, kun rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutettuja etuja toteutetaan. Oikeutettu etu voi olla olemassa silloin, kun rekisteröidyn ja rekisterinpitäjän välillä on merkityksellinen ja asianmukainen suhde (työsuhde, yhdistyksen jäsenyys, osakkuus yrityksessä).³³⁵
3. Henkilötietojen käsittely perustuu sopimukseen. Henkilötietojen käsittely on tarpeen sopimuksen täytäntöön panemiseksi, jossa rekisteröity on osapuolena, tai ennen sopimuksen syntymistä rekisteröity on pyytänyt toimenpiteitä (esim. pyytää tarjouksen palveluista tai tuotteista).³³⁶
4. Henkilötietojen käsittely perustuu lakisääteiseen velvoitteeseen. Näitä ovat esim. se, että osakeyhtiön on osakeyhtiölain nojalla pidettävä osakasluetteloa, tai yritys on kirjanpitolain perusteella kirjanpitovelvollinen. Lisäksi yritys on velvollinen ilmoittamaan laissa määriteltyjä tietoja esim. verohallintoon.

³³² Euroopan Komissio. 29 artiklan mukainen tietosuojatyöryhmä. 17/FI WP259 rev.01, s. 3.

³³³ Feiler 2018, location 2003.

³³⁴ Feiler 2018, location 2116-2127; Hanninen ym. 2017, s.30.

³³⁵ Hanninen ym. 2017, s.31-32 ja Feiler 2018, location 2116-2127.

³³⁶ Hanninen ym. 2017, s.30 ja Feiler 2018, location 2116-2127.

5. Henkilötietojen käsittely on välttämätöntä henkilön elintärkeän edun suojelemiseksi tai toisen henkilön elintärkeiden etujen suojelemiseksi. Tämä peruste soveltuu tilanteeseen, kun esim. lentoyhtiö tai matkatoimisto käsittelee matkustajatietoja vaaratilanteiden hoitamiseksi.
6. Henkilötietojen käsittely perustuu yleiseen etuun tai julkisen tehtävän hoitamiseen. Kansallisella tasolla tästä on säädetty tietosuojalaissa.³³⁷

Käytännössä pienten ja keskisuurien yritysten toiminnassa yleisimmät käsittelyperusteet ovat rekisteröidyn antama suostumus, rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välinen sopimus ja oikeutettu etu.³³⁸

Rekisterinpitäjän velvollisuudet on kirjattu EU:n tietosuoja-asetukseen. Näitä ovat informointivelvollisuus, huolellisuusvelvoite, suunnitteluelvoite, käyttötarkoitussidonnaisuus, tarpeellisuusvaatimus ja virheettömyysvaatimus.

Informointivelvollisuus: Rekisteröidylle tulee antaa niin kattavasti informaatiota, että hän pystyy arvioimaan rekisterinpitäjän tietojen käsittelyn hyväksyttävyyttä ja asianmukaisuutta. Häntä tulee myös informoida hänen lakiin perustuvista oikeuksista. Nämä tiedot tulee antaa rekisteröidylle viimeistään siinä vaiheessa, kun hänen tietojaan kerätään.³³⁹

Tietosuoja-asetuksessa ei säädetä rekisteri- eikä tietosuojaselosteesta. Asetuksessa säädetään informointivelvoitteesta eli rekisteröityjä tulee informoida henkilötietojen käsittelystä pääsääntöisesti kirjallisena.³⁴⁰

Asetuksen mukaan rekisteröidylle on toimitettava vähintään seuraavat tiedot:

1. Rekisterinpitäjän ja mahdollisen edustajan identiteetti ja yhteystiedot
2. Tietosuojavastaavan yhteystiedot (tarvittaessa)
3. Henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja sekä käsittelyn oikeusperuste

³³⁷ Hanninen ym. 2017, s.31. Kirjassa todetaan, että tästä tullaan säättämään kansallisella lailla. Kansallinen laki asui voimaan 1.1.2019. Lausetta muutettu sen mukaisesti ja Feiler 2018, location 2116-2127;

³³⁸ Hanninen ym. 2017, s.29.

³³⁹ Salminen 2009, s.68-69.

³⁴⁰ Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta ajankohtaista, artikkeli, Tietosuoja-asetus ei edellytä entisen kaltaista rekisteri- ja tietosuojaselostetta ja Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot, kerro käsittelystä rekisteröidylle.

4. Rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutetut edut, jos käsittely perustuu 6 artiklan 1 kohdan f alakohtaan (tasapainotesti)
5. Kyseessä olevat henkilötietoryhmät
6. Henkilötietojen vastaanottajat (tai vastaanottajien ryhmät)
7. Tieto henkilötietojen siirrosta kolmansiin maihin ja näiden siirtojen yksityiskohdat, asianmukaisten suojatoimien yksityiskohdat sekä tieto siitä, miten niistä saa jäljennöksen tai minne ne on asetettu saataville
8. Säilytysaika tai jos ei mahdollista, ajan määrittämiskriteeri
9. Rekisteröidyn oikeudet
10. Oikeus peruuttaa antamansa suostumus, jos käsittely perustuu suostumukseen
11. Oikeus tehdä valitus valvontaviranomaiselle
12. Henkilötietojen antamisen peruste (miksi henkilötiedot tulee antaa)
13. Mistä henkilötiedot on saatu ja onko saatu yleisesti saatavilla olevista lähteistä
14. Automaattisen päätöksenteon (mm. profiloinnin) olemassaolo³⁴¹

Huolellisuusvelvoite: Henkilötietoja tulee käsitellä laillisesti, huolellisesti sekä noudattaa hyvää tietojen käsittelytapaa sekä muutoinkin toimia niin, ettei henkilön yksityiselämän suojaa ja muita yksityisyyden suojan turvaavia perusoikeuksia rajoiteta ilman laissa säädettyä perustetta. Automaattisessa tietojen käsittelyssä tulee huolehtia tietoturvasta ja henkilötietojen käsittelyn käyttöoikeus tulee olla vain heillä, jotka tietoa käsittelee.³⁴²

Suunnitteluvelvoite: Henkilötietojen käsittelyn tulee olla asiallista ja perusteltua rekisterinpitäjän toiminnan kannalta. Ennen rekisterin perustamista henkilötietojen käsittelyn tarkoitus tulee määritellä huolellisesti ottamalla huomioon rekisterinpitäjän liiketoiminnan tavoitteet tulevaisuudessa. Samoin tulee ilmoittaa mistä tiedot hankitaan ja mihin niitä luovutetaan.³⁴³

Käyttötarkoitussidonnaisuus: Tarkoittaa nimenomaisesti sitä, että henkilötietojen käsittelyn määrittäminen asettaa rajat sille, mitä tarkoituksia varten tietoja voidaan myöhemmin käsitellä. Henkilötietoja saa käsitellä vain tavalla, joka ei ole yhteen sopimaton etukäteen

³⁴¹ Euroopan komissio. Tietosuojatyöryhmä. Asetuksen 2016/679 mukaista läpinäkyvyyttä koskevat suuntaviivat. 17/FI WP260 rev.01. s. 36-40.

³⁴² Paloranta 2008, s.120.

³⁴³ Paloranta 2008, s.121.

määriteltyjen tarkoitusten kanssa. Kun henkilötietojen käyttötarve päättyy, tiedot tulee poistaa.³⁴⁴

Tarpeellisuusvaatimus: Käsiteltävien henkilötietojen tulee olla etukäteen määriteltyjen käyttötarkoitusten kannalta tarpeellisia. Rekisterinpitäjän tulee pystyä perustelemaan käsiteltävien tietojen tarpeellisuus oman liiketoimintansa kannalta. Yritys ei saa kerätä tai käsitellä tarpeettomia henkilötietoja.³⁴⁵

Virheettömyysvaatimus: Virheellisiä, epätäydellisiä tai vanhentuneita henkilötietoja ei saa käsitellä. Rekisterinpitäjän vastuulla on huolehtia, että tällaiset tiedot oikaistaan, täydennetään tai poistetaan. Tämä asettaa rekisterinpitäjälle oma-aloitteisen valvontavastuun.³⁴⁶

8.3 Henkilötietojen käsittely markkinoinnissa

Kun yritys on täyttänyt edellä mainitut asetuksen ns. perusvelvollisuudet, sekä pystyy osoittamaan, että henkilötietojen käsittely on tietosuoja-asetuksen mukaista, voidaan lähteä pohtimaan, että miten henkilötietoja saa käsitellä nimenomaisesti markkinoinnin näkökulmasta.

Markkinoinnin näkökulmasta henkilötietojen käsittelyä on asiakkaan henkilö- ja yhteystietojen lisääminen esim. suoramarkkinointisähköpostiin tai -kirjeeseen.³⁴⁷

Käytännössä yleisimmät yritysten henkilötietojen käsittelyperusteet ovat rekisteröidyn antama suostumus, rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välinen sopimus ja oikeutettu etu.³⁴⁸

Suostumus ja sopimus ovat yleensä selviä käsittelyperusteita, niitä ei tarvitse tarkemmin enää avata. Yleensä myös nämä perusteet on tehty kirjallisesti, joten näyttökin on sen osalta kunnossa.

³⁴⁴ Paloranta 2008, s.121 ja Kemppinen 2011, s.122.

³⁴⁵ Paloranta 2008, s.122.

³⁴⁶ Paloranta 2008, s.122.

³⁴⁷ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.168.

³⁴⁸ Hanninen ym. 2017, s.29.

Tietosuoja-asetuksessa on nimenomaisesti mainittu, että henkilötietojen käsittely suoramarkkinointitarkoituksessa voidaan katsoa oikeutetun edun piiriin kuuluvaksi.³⁴⁹ Rekisterinpitäjän ja rekisteröidyn välillä täytyy olla merkityksellinen ja asiallinen suhde. Tällainen merkityksellinen ja asiallinen suhde on esim. asiakas- tai työsuhde.³⁵⁰ Yrityksen intressissä on siis ensin luoda tai saada aikaiseksi merkityksellinen ja asiallinen suhde, jotta ehto täyttyy.

Kun ehto täyttyy, yritys voi kerätä henkilötietoja, hyödyntää näitä tietoja liiketoimintansa, tuotteittensa ja palveluittensa kehittämisessä sekä tarjota entistä kohdennetumpaa ja kiinnostavampaa markkinointiviestintää, ilman, että asiakkaalta on saatu ennakolta suostumusta.³⁵¹

Varman päälle pelatessa voidaan todeta asiallisen yhteyden syntyneen ja siten asiakkaan ennakkollista suostumusta ei henkilötietojen käsittelyyn tarvita, jos seuraavat ehdot täyttyvät:

1. Yhteystiedot on saatu tuotteen tai palvelun myynnin yhteydessä tai henkilön rekisteröityä palvelun käyttäjäksi ja
2. Viestissä markkinoidaan ainoastaan vastaavia tuotteita kuin mitä aikaisemmin oli myyty tai mihin henkilö on rekisteröitynyt
3. Markkinointiväline on sama
4. Kaupan tai rekisteröitymisen yhteydessä on informoitu sähköisestä suoramarkkinoinnista ja viimeisenä, kuluttajalle kerrotaan kiello-oikeudesta jokaisessa markkinointiviestissä.³⁵²

Jos yritys laajentaa oleellisesti palveluvalikoimaansa aikaisemmasta, onko asiakkuus ja asiallinen suhde edelleen olemassa? Vai tarvitaanko intressipunnintaa ja kenties uusi suostumus asiakkaalta?³⁵³ Tähän ei löydy suoraa vastausta ja oikeuskäytäntöä ei ainakaan vielä ole. Tässä suosittelisin varman päälle pelaamista, eli pyytämällä asiakkaalta uutta suostumusta.

³⁴⁹ Hanninen ym. 2017, s.34.

³⁵⁰ Oikeusministeriön julkaisu 35/2017, s.103; Hanninen ym. 2017, s.32; Tietosuojavaltuutetun toimisto 2018, kohta organisaatiot ja henkilötietojen käsittely – rekisterinpitäjän oikeutettu etu.

³⁵¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.186.

³⁵² Hoikka ym. 2016, s.133.

³⁵³ Voigt ym. 2017, s.110.

Ongelman luo se, että käsitteenä oikeutettu etu ja intressipunninta ei ole tarkasti yksilöity ja määritelty laissa, joten se varmasti aiheuttaa tulevaisuudessa tulkintaepävarmuutta.³⁵⁴

8.4 Henkilötietojen käsittely ilman ennakkosuostumusta

Suoramarkkinointi ilman ennakkosuostumusta on mahdollista vain nykyisille asiakkaille tietosuojasetuksessa yksilöidyissä tilanteissa.³⁵⁵ Perusteena on tuolloin oikeutettu etu eli asiakkuus tai asiallinen yhteys. Näiden edellytykset on tarkemmin kerrottu edellä.

Sähköistä suoramarkkinointia saa lähettää vain se yritys, keneltä asiakas hankki tuotteen tai palvelun. Tämä tarkoittaa sitä, että vaikka yritys kuuluisi konserniin, suoramarkkinointia saa tehdä vain se osakeyhtiö, joka on saanut asiakkaan yhteystiedot tuotteen tai palvelun yhteydessä tai asiakkaan rekisteröityessä ko. yrityksen palvelun käyttäjäksi.³⁵⁶ Tietoja saa siis käyttää vain se yritys, joka on saanut yhteystiedot alun perinkin. Näin ollen yritys ei saa antaa asiakkaansa yhteystietoja kolmannelle, esimerkiksi yhteistyökumppaneilleen.³⁵⁷

Suoramarkkinoinnin sisältöä on myös rajattu siten, että se saa koskea vain samoja tai samankaltaisia tuotteita tai palveluita. Rajauksen perusteena on katsottu olevan se, että asiakas on oletettavasti kiinnostunut samoista tuotteista tai samankaltaisista tuotteista, kun mitä hän on jo aikaisemmin ostanut.³⁵⁸

8.5 Ristiriita Tietosuojavaltautetun näkemyksen kanssa

Tietosuojavaltautetun kannanoton mukaan suoramarkkinointi on sallittua vain, jos asiakkaan sähköpostiosoite tai puhelinnumero on saatu myynnin yhteydessä samassa sähköisessä myyntikanavassa. Tämä tarkoittaa sitä, että sähköpostimarkkinoinnissa sähköpostiosoite tulisi saada sähköpostitse ja puhelinmarkkinoinnissa puhelinnumero tulisi saada puhelimitse ja tekstiviestimarkkinoinnissa puhelinnumero tulisi saada tekstiviestillä.

³⁵⁴ Voigt ym. 2017, s.104.

³⁵⁵ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.201.

³⁵⁶ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.202.

³⁵⁷ Helopuro 2004, s.171.

³⁵⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.202.

Tämä tulkintakannanotto tarkoittaisi sitä, että kivijalkamyymälässä kassalla ostosten yhteydessä annettua sähköpostiosoitetta ei saisi hyödyntää sähköiseen suoramarkkinointiin ilman asiakkaalta saatua suostumusta.³⁵⁹

Tietosuoja-asetuksesta ei löydy tälle tietosuojavaltuutetun tiukalle kannalle tukea, eikä tulkintaa ole myöskään arvioitu tuomioistuimessa. Lain sanamuoto ei edellytä saman kanavan käyttämistä, ja riittävää tulisi olla, että kuluttajan yhteystieto on saatu esimerkiksi myymälän kassalla kaupanteon yhteydessä, kirjallisessa tilauslomakkeessa tai verkkokaupassa verkkolomakkeella, samalla informoiden tulevasta sähköisestä markkinoinnista ja tarjoten kieltomahdollisuuden, Näin useat markkinoija toimivatkin.³⁶⁰

Keväällä 2012 tietosuojavaltuutettu oli kehottanut erästä yritystä lopettamaan edellä selostetun suoramarkkinoinnin ilman vastaanottajan ennakkosuostumusta, koska yritys ei alun perin saanut samasta kanavasta asiakkaan yhteystietoja. Tietosuojavaltuutettu asetti myös uhkasakon ja oli jo aikaisemminkin huomauttanut yritystä tästä tavasta markkinoida.³⁶¹

Tämä on aika hämmentävää. Yrityksen elinehto on markkinointi ja markkinointia koskevan säädännön tulisi olla kohtuullista ja sallia liikkumavaraa. Tietosuojavaltuutetun kanta on mielestäni liian tiukka ja kohtuuton. Hämmentävää, että Tietosuojavaltuutettu on itse määritellyt yksityiskohtaisempaa tulkintaa laista kuin sen sanamuoto on. Jos asetuksessa todetaan, että täytyy saada ennakolta suostumus tai täytyy olla jokin muu peruste henkilötietojen käsittelylle (kuten asiakkuus tai asiallinen suhde), mutta ei todeta, että mistä sen kanavasta suostumuksen pitää saada, miten voidaan vetää johtopäätös, että suostumus täytyy saada samasta kanavasta.

Eikö tosiaan riitä, että suostumus on saatu vaikka messuilla arpajaisiin osallistumalla ja osallistumisen yhteydessä henkilö on laittanut rastin ruutuun, että arpajaisiin osallistumalla hän antaa oikeuden henkilötietojensa käsittelyyn markkinointitarkoitukseen. Tämän jälkeen markkinointi voi tapahtua sähköisiä kanavia pitkin esim. lähettämällä uutiskirjeen sähköpostiin.

³⁵⁹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203.

³⁶⁰ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.203.

³⁶¹ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.204.

Toki täytyy muistaa, että Tietosuojavaltuutetun tai muun viranomaisen antamat linjaukset ovat usein heidän omia tulkintojaan asetuksesta ja lainsäädännöstä. Viimekädessä ristiriitoja ratkaisee tuomioistuim, joka tulkitsee lainsäädäntöä velvoittavasti, aiheuttaen oikeusseuraamuksen. Tästä linjauksesta ei vielä löydy oikeuskäytäntöä.

8.6 Henkilötieto

Henkilötietojen suojasta puhutaan nimenomaisesti silloin, kun jokin tieto meistä, mistä meidät voidaan tunnistaa, on kiinnitetty jollekin alustalle ja tietoa pitää suojata. Alusta voi olla esim. tietokoneohjelma. Näin ollen on hyvä ymmärtää, että pelkkä suullinen puhe jostakin henkilöstä, ei ole henkilötietojen käsittelyä³⁶² ja suulliseen puheeseen ei sovelleta henkilötietolainsäädäntöä.

Henkilötietolain mukaan henkilötiedolla tarkoitetaan kaikenlaista luonnollista henkilöä taikka hänen ominaisuuksiaan tai elinolosuhteitaan kuvaavia merkintöjä, jotka voidaan tunnistaa häntä tai hänen perhettään tai hänen kanssaan yhteisessä taloudessa eläviä koskeviksi.³⁶³ Henkilötieto on siis nimen ja yhteystietojen lisäksi myös muut tekijät, joiden perusteella henkilö voidaan tunnistaa.³⁶⁴ Näitä ovat mm. biometriset tunnisteet kuten sormenjäljet ja DNA,³⁶⁵ mutta myös valokuva on henkilötieto jos henkilö voidaan siitä tunnistaa.³⁶⁶ Laki koskee vain luonnollisia, elossa olevia henkilöitä, ei oikeushenkilöitä eli yrityksiä tai kuolleita henkilöitä.

Lain ulkopuolelle on jätetty yksinomaan henkilökohtaisiin tai tavanomaisiin yksityisiin tarkoituksiin kerätyt henkilötiedot. Näin ollen sähköpostiohjelmiin ja kännyköihin liittyvät yksityiset perheen, sukulaisten ja kavereiden henkilö- ja yhteysluettelot eivät kuulu lain soveltamispiiriin. Hyvä huomata myös se, että julkisista lähteistä kerätyt tiedot sellaisenaan, eivät kuulu lain soveltamisen piiriin.³⁶⁷

³⁶² Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.326.

³⁶³ Saarenpää, henkilö- ja persoonallisuus oikeus 2015, s.326.

³⁶⁴ Koivumäki-Häkkänen 2017, s.167.

³⁶⁵ Guerrier 2016, s. xxii.

³⁶⁶ Paloranta 2008, s.119.

³⁶⁷ Kemppinen 2011, s.121.

Näistä voidaan vetää se johtopäätös, että työkäyttöön tarkoitettu asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden tiedoista koostuva sähköpostijärjestelmän osoitekirja ja puhelimen henkilöluettelo ovat henkilörekistereitä, joihin tulee soveltaa tietosuoja-asetusta.

8.7 Suoramarkkinointirekisteri

Tietosuoja-asetuksessa ei luetella, mitä tietoja asiakasrekisteriin saa tallettaa. Ehkä tämä on siksi jätetty avoimeksi, koska kattavan ja tyhjentävän listauksen antaminen olisi mahdotonta. Tietoja täytyy pystyä kirjaamaan yrityksen tarpeiden mukaan, koska yritysten toimiala ja toiminnan luonteet voivat olla hyvinkin toisistaan poikkeavia.³⁶⁸ Tämä on erittäin hyvä ja joustava asia yrityksen kannalta. Yritys saa vapaasti kirjata niitä olennaisia tietoja, mitä yritys tarvitsee kohdentaakseen markkinointia tietyille asiakassegmentille.

Esimerkiksi liikuntakeskukselle arvokasta tietoa asiakkaasta ovat yhteystietojen lisäksi asiakkaan ikä, liikunta- ja ravintotottumukset. Nämä mahdollistavat yksilöityjen markkinointiviestien kohdentamisen oikealle asiakaskunnalle. Vähän liikkuville senioreille tarjotaan kehon liikkuvuutta parantavia jumppatunteja ja nuorelle aktiiviliikkujalle vaativia ja monipuolisia jumppatunteja.

8.8 Sääntelyn tulevaisuus

Ensimmäisen langettavan tuomion tietosuoja-asetuksen rikkomisesta on antanut Saksa. Ruotsissa annetaan nyt ensimmäisiä tuomioita ja Suomessa tietoturvaloukkauksiin liittyviä tarkastuksia ollaan vasta aloittamassa.³⁶⁹

Tietosuoja-asetuksen tulkinnallisiin kysymyksiin saataneen siis vastauksia lähitulevaisuudessa, kun tulkintaa vaativiin kysymyksiin on saatu kannanottoja niin tietosuojaviranomaisilta kuin tuomioistuinkäytännöistä. Vasta tämän jälkeen nähdään, että mihin suuntaan asetusta ja ylipäätänsä tietosuojalainsäädäntöä ollaan viemässä.

³⁶⁸ Koivumäki-Häkkänen 2018, s.187.

³⁶⁹ Aamulehti 2018.

Lisäksi on suunnitteilla asetus yksityiselämän kunnioittamisesta ja henkilötietojen suojasta sähköisessä viestinnässä (ePrivacy). Asetuksen tarkoituksena olisi tarkoitus parantaa yksityiselämän suojaa sähköisten viestintäpalvelujen käyttäjille, mutta samalla varmistaa tasapuoliset toimintaedellytykset yrityksille sekä luoda yrityksille uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Asetuksessa säädettäisiin viestinnän sisällöstä ja metatiedoista, annettaisiin yksinkertaisemmat säännökset evästeistä ja paremmat mahdollisuudet suojautua roskapostilta.³⁷⁰ Tämä ePrivacy tulee myös todennäköisesti muuttamaan sähköisen suoramarkkinoinnin sääntelyä.³⁷¹

Näin ollen voidaan todeta, että tämänkin tutkielman sisältö ja johtopäätökset saattavat olla ajantasaista tietoa vain hetken, vanhentuen muutamassa kuukaudessa. Tämä on tosin tyypillistäkin digitaalisessa yhteiskunnassa, missä tieto kulkee salaman nopeasti ja teknologia kehittyy koko ajan. Koko ajan tulvii uutta tietoa ja teknologiaa aiheuttaen sen, että tieto vanhenee silmän räpäyksessä. Tällainen kehitys tulee olemaan jatkuvaa, ainakin niin kauan, kun digitaalisiin palveluihin vaativaa energiamuotoa on tarjolla.

³⁷⁰ Euroopan komissio. Lehdistötiedote 10.1.2017, s.1-2 ja Euroopan komissio. COM (2017) 10 final, s.2.

³⁷¹ Tietosuoja 2018. Kohta Tietosuoja ja sieltä suoramarkkinointi.